

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG DESA
WISATA ORGANIK LOMBOK KULON, KECAMATAN WONOSARI, KABUPATEN
BONDOWOSO**

Oleh
MODESTA PUTRI NOVIA AGATHA



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENGUNJUNG DESA WISATA ORGANIK LOMBOK KULON,
KECAMATAN WONOSARI, KABUPATEN BONDOWOSO**

**Oleh
MODESTA PUTRI NOVIA AGATHA**

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Pertanian Strata Satu (S-1)**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
MALANG
2018**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dengan jelas ditunjukkan rujukannya dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, 9 Juli 2018

Modesta Putri Novia Agatha



UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membimbing, membantu, dan memberikan dukungan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing, membantu, dan menyemangati saya.
2. Bapak Baidhowi selaku ketua Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang bersedia membantu dan mengarahkan saya serta seluruh pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang telah bersedia menjadi responden untuk mendukung terlaksananya penelitian.
3. Kedua orang tua saya tercinta, Rolis Wikarsono dan Yuli Elvia atas doa, perhatian, dan dukungan moral serta materiil. Saya bukanlah apa-apa tanpa kedua orang tua saya.
4. Adik saya tercinta, Muhammad Raqi Hibatullah dan Muhammad Rafi Hibatullah yang telah mendukung dan mendoakan saya.
5. Sahabat dan teman-teman saya yang membantu, mendoakan, mendukung, dan menyemangati.

Semoga amal baik yang diberikan dibalas oleh Allah SWT dengan berkah dan rahmat-Nya serta selalu diberikan kemudahan dan kesehatan.

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
Pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon,
Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso


Nama Mahasiswa : Modesta Putri Novia Agatha

NIM : 145040100111023

Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian

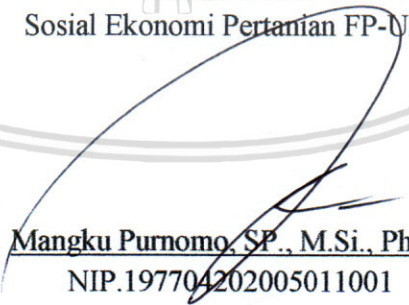
Program Studi : Agribisnis

Disetujui
Pembimbing Utama,



Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS.
NIP.195611111986011002

Diketahui,
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian FP-UB



Mangku Purnomo, SP., M.Si., Ph.D.
NIP.197704202005011001

Tanggal Persetujuan:


LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Penguji II


Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS
NIP.19561111 198601 1 002


Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS
NIP. 19550327 198103 1 003


Penguji III

Dina Novia P, SP., MSi
NIP.19781105200604 2 002

Tanggal Lulus:

RINGKASAN

MODESTA PUTRI NOVIA AGATHA. 145040100111023. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso. Dibawah bimbingan Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS.

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia dewasa ini semakin meningkat. Perkembangan ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan baik berasal dari dalam negeri maupun luar negeri yang berkunjung ke Indonesia setiap tahunnya terus meningkat. Peningkatan kunjungan wisatawan dapat menjadi pertimbangan untuk mengembangkan sektor pariwisata yang diinginkan oleh wisatawan yang saat ini menunjukkan pergeseran kearah pengembangan pariwisata berkelanjutan. Hal ini direspon dengan munculnya Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Desa wisata ini menawarkan berbagai pelayanan yang menarik dan edukatif, akan tetapi terdapat salah satu permasalahan yaitu terdapat pembatasan kunjungan akibat dari pelayanan yang dirasa kurang baik oleh pengelola. Pengelola mengharapkan adanya peningkatan pelayanan yang nantinya dapat meningkatkan kepuasan pengunjung serta meningkatkan kapasitas kunjungan Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Organik Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso pada bulan Februari 2018 hingga Maret 2018. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari kuesioner dan wawancara terhadap responden. Data tersebut dianalisis menggunakan analisis SEM-PLS dengan menggunakan aplikasi WarpPLS 5.0.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 60,2% terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Sedangkan variabel kehandalan (*reliability*) dan empati (*empathy*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Oleh karena itu, Desa Wisata Organik Lombok Kulon perlu memperbaiki kehandalan dan empati yang diberikan kepada pengunjung.

SUMMARY

MODESTA PUTRI NOVIA AGATHA. 145040100111023. The Impact of Service Quality on Visitor's Satisfaction in Lombok Kulon Organic Tourism Village, Wonosari Sub-district, Bondowoso Regency. Supervised by Dr. Ir. Abdul Wahib Muhaimin, MS.

The development of tourism sector in Indonesia nowadays is increasing. This development can be seen from the number of tourists both coming from domestic and abroad who visit Indonesia every year continues to increase. Increased tourist visits can be a consideration for developing the tourism sector desired by tourist who currently showing a shift towards sustainable tourism development. This was responded by the emergence of Lombok Kulon Organic Tourism Village. This tourism village offers a variety of interesting and educational services, but there is one problem in the tourism village which is the restriction of visits resulting from services that are considered not good enough. The village managers expect an increase in services that will increase visitor satisfaction and increase the capacity of visit in Lombok Kulon Organic Tourism Village. This study aims to determine the impact of service quality consisting of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on visitor's satisfaction in Lombok Kulon Organic Tourism Village.

This research was conducted at Lombok Kulon Organic Tourism Village Bondowoso in February 2018 until March 2018. The data used are primary data obtained from questionnaires and interviews of respondents. The data were analyzed using SEM-PLS analysis using WarpPLS 5.0 application.

The result of this research is service quality has impact about 60.2% to visitor's satisfaction of Lombok Kulon Organic Tourism Village. Based on the result of research indicated that the variables tangible, responsiveness, and assurance significantly influence the satisfaction of visitors in Lombok Kulon Organic Tourism Village. While the variables reliability and empathy do not significantly affect the satisfaction of visitors in Lombok Kulon Organic Tourism Village. Therefore, Lombok Kulon Organic Tourism Village needs to improve the reliability and empathy given to the visitors.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso” dengan baik. Penyusunan skripsi merupakan salah satu kompetensi yang wajib dipenuhi oleh penulis karena sesuai dengan kurikulum Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso” ini masih memiliki banyak kekurangan yang harus diperbaiki, oleh karena itu semua kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso” ini dapat bermanfaat dan juga menambah wawasan bagi pembacanya.

Malang, Mei 2018

Penulis

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada tanggal 23 Agustus 1997 di Bondowoso. Penulis merupakan puteri pertama dari pasangan Rolis Wikarsono dan Yuli Elvia. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK Al-Kautsar-Bondowoso (2001-2002), SDN 1 Sukosari-Bondowoso (2002-2008), SMPN 1 Bondowoso (2008-2011), SMAN 2 Bondowoso (2011-2014), hingga akhirnya dapat menempuh masa kuliah di Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.

Selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi, penulis aktif dalam organisasi Earth Hour Malang pada tahun 2016-2018. Penulis juga aktif dalam kegiatan kepanitiaan Pasca PLA 1 yang diadakan oleh PERMASETA sebagai staff PDD (2014), RASTA 2015 yang diadakan oleh PERMASETA sebagai staff PDD, Care and Fun dan Sharing Bersama Alumni yang diadakan oleh PERMASETA sebagai koordinator divisi PDD (2015), Olimpiade Dekan yang diadakan oleh BEM Fakultas Pertanian sebagai staff konsumsi dan kesehatan (2016), dan Switch Off 2018 yang diadakan oleh Earth Hour Malang sebagai koordinator divisi Multimedia.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
SUMMARY	ii
KATA PENGANTAR	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR SKEMA.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Kegunaan Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2. Tinjauan Teori.....	9
2.2.1. Jasa	9
2.2.1.1. Pengertian Jasa	9
2.2.1.2. Karakteristik Jasa	9
2.2.2. Kualitas Pelayanan	10
2.2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.2.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.2.2.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan	12
2.2.3. Kepuasan Konsumen	14
2.2.3.1. Kepuasan Konsumen.....	14
2.2.3.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen	15
2.2.3.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	16

2.2.4. Desa Wisata	17
2.2.5. Partial Least Square-Structural Equation Modeling	17
III. KERANGKA TEORITIS	21
3.1. Kerangka Pemikiran.....	21
3.2. Hipotesis	23
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
IV. METODE PENELITIAN	26
4.1. Pendekatan Penelitian	26
4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
4.3. Teknik Penentuan Sampel.....	26
4.4. Teknik Pengumpulan Data.....	27
4.5. Teknik Analisis Data.....	28
4.5.1. Teknik SEM-PLS	28
4.6. Pengujian Hipotesis	32
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
5.2. Karakteristik Responden.....	35
5.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	35
5.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	36
5.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	37
5.2.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	37
5.3. Evaluasi Model SEM-PLS	38
5.3.1. Evaluasi Model Pengukuran.....	38
5.3.2. Evaluasi Model Struktural.....	41
5.3.3. Evaluasi Persamaan Model.....	44
5.3.4. Diagram Akhir Model SEM-PLS.....	45
5.4. Pembahasan.....	46
VI. Kesimpulan dan Saran	53
6.1. Kesimpulan	53
6.2. Saran	531
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1	Konstruk Reflektif.....	19
2	Konstruk Formatif.....	20
3	Diagram Jalur Penelitian.....	28
4	Struktur Organisasi Desa Wisata Organik Lombok.....	35
5	Diagram Koefisien Jalur dan <i>P-value</i>	42



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1	Karakteristik Model SEM-PLS	18
2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
3	Persamaan Konstruksi Eksogen dan Konstruksi Endogen	29
4	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	35
5	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	36
6	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	37
7	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	37
8	<i>Indicator Loading</i> dan <i>Cross Loading</i>	39
9	Perbaikan <i>Indicator Loading</i> dan <i>Cross Loading</i>	40
10	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan AVE	40
11	Nilai <i>Correlation Among Latent Variable with AVEs</i>	41
12	Nilai <i>R-square</i> dan <i>Q-square</i>	42
13	<i>Goodness of Fit</i>	44
14	Nilai Koefisien Jalur dan <i>P-value</i>	47

DAFTAR SKEMA

Nomor	Teks	Halaman
1	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	58
2	Daftar Responden.....	64
3	Hasil Analisis SEM-PLS pada Aplikasi WarpPLS5.0.....	67
4	Dokumentasi Penelitian	71



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki pengaruh besar dalam perekonomian Indonesia. Sektor pariwisata turut berperan penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional karena dapat memberikan pemasukan bagi devisa negara, memperluas lapangan pekerjaan, serta memperkenalkan kebudayaan nasional. Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia dewasa ini semakin meningkat. Perkembangan ini dapat dilihat dari jumlah wisatawan baik berasal dari dalam negeri maupun luar negeri yang berkunjung ke Indonesia setiap tahunnya terus meningkat. Pada tahun 2014 jumlah wisatawan nusantara berjumlah 251,2 juta dan meningkat menjadi 264,3 juta pada tahun 2016. Jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2014 berjumlah 9,43 juta dan meningkat menjadi 11,51 juta pada tahun 2016 (Kementerian Pariwisata, 2016).

Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kunjungan wisatawan paling banyak adalah Jawa Timur. Menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Timur, kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2017 ditargetkan mencapai 625.000 yang meningkat dari tahun 2016 yaitu sebanyak 618.658 wisatawan dan wisatawan nusantara pada tahun 2016 mencapai 54 juta wisatawan (detik.com, 2017). Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa Jawa Timur memiliki potensi pariwisata yang besar sehingga layak dijadikan destinasi pariwisata. Destinasi wisata yang memiliki potensi pariwisata yang besar salah satunya terletak di Kabupaten Bondowoso.

Menurut data Badan Pusat Statistik Daerah Kabupaten Bondowoso (2016), selama tiga tahun terakhir jumlah wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara terus mengalami peningkatan. Wisatawan nusantara yang mengunjungi Kabupaten Bondowoso mengalami peningkatan dari 27.953 wisatawan pada tahun 2013 menjadi 88.000 wisatawan pada tahun 2015, sedangkan wisatawan mancanegara juga mengalami peningkatan dari 4.449 wisatawan pada tahun 2013 menjadi 34.693 wisatawan pada tahun 2015. Peningkatan kunjungan wisatawan dapat menjadi pertimbangan untuk

mengembangkan sektor pariwisata yang diinginkan oleh wisatawan. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia (2011) menyebutkan bahwa saat ini pengembangan sektor pariwisata mulai menunjukkan pergeseran kearah pengembangan pariwisata berkelanjutan. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dilandaskan pada keseimbangan antara ketiga elemen utama, yaitu lingkungan, ekonomi, dan sosial. Pengembangan pariwisata berkelanjutan ini direspon dengan munculnya Desa Wisata Organik Lombok Kulon di Kabupaten Bondowoso.

Desa Wisata Organik Lombok Kulon pertama kali dirintis oleh Bapak Baidhowi pada tahun 2010. Desa wisata ini terletak di Dusun Krajan, Desa Lombok Kulon, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso. Desa Wisata Organik Lombok Kulon muncul karena desa ini memiliki potensi yang layak dijual kepada wisatawan nusantara maupun mancanegara. Aneka ragam budaya, adat istiadat, pertanian organik serta nuansa alam pedesaan merupakan daya tarik tersendiri bagi desa wisata ini.

Desa Wisata Organik Lombok Kulon menyuguhkan berbagai pelayanan yang menarik dan edukatif. Pelayanan yang diberikan meliputi klinik organik dan rumah organik yang dapat memberikan wisatawan edukasi tentang pertanian organik mulai dari proses awal hingga akhir dalam bentuk dokumentasi, film dan contoh nyata. Pelayanan lain yang diberikan oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon adalah wisata *tubing*, penginapan yang disediakan oleh penduduk asli desa wisata, serta transportasi wisata berupa sepeda gunung yang dapat digunakan untuk mengelilingi desa wisata.

Seiring dengan perkembangan pariwisata yang semakin meningkat, maka penyedia jasa yang bergerak pada sektor pariwisata juga akan bersaing untuk dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kotler (2009) menyatakan bahwa ada beberapa yang mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu nilai produk, nilai pelayanan, citra, biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Lupiyoadi (2001), kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai seberapa jauh

perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon terus mengalami peningkatan, namun pengelola desa wisata melakukan pembatasan pengunjung. Salah satu penyebab terjadinya pembatasan pengunjung adalah karena pengelola desa wisata merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih belum baik. Pelayanan yang dirasa kurang baik tersebut meliputi fasilitas desa wisata yang masih kurang tertata dengan rapi, serta sumberdaya manusia yang masih memiliki pengetahuan yang kurang terhadap desa wisata sehingga Desa Wisata Organik Lombok Kulon masih tidak dapat memuaskan pengunjungnya. Pemberian pelayanan yang dapat memuaskan pengunjung harus disertai dengan pengetahuan pengelola Desa Wisata Organik Lombok Kulon tentang perbedaan persepsi pengunjung terhadap pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima.

Evaluasi mengenai kepuasan pengunjung terhadap pelayanan yang diberikan Desa Wisata Organik Lombok Kulon sangatlah penting. Kualitas pelayanan yang diberikan tidak dapat dinilai oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon sendiri, melainkan harus dilihat dari sudut pandang pengunjung yang menikmati pelayanan yang diberikan. Pengelola Desa Wisata Organik Lombok Kulon perlu mendapatkan informasi yang berasal dari pengunjung sebagai saran untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan Desa Wisata Organik Lombok Kulon sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung. Berdasarkan uraian tersebut penting dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

1.2. Rumusan Masalah

Perkembangan sektor pariwisata kini diikuti pula oleh persaingan penyedia jasa pada sektor pariwisata. Penyedia jasa di sektor pariwisata dituntut untuk terus melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjungnya agar dapat bersaing dengan pesaing yang menawarkan jasa yang sejenis. Pemberian kualitas pelayanan yang baik menjadi suatu keharusan yang

harus dilakukan oleh penyedia jasa sektor pariwisata agar mampu bertahan dan bersaing dalam memberikan kepuasan bagi pengunjungnya.

Saat ini, semakin banyak pesaing yang bermunculan dan menawarkan pelayanan yang serupa dengan Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Desa Wisata Organik Lombok Kulon menawarkan berbagai macam pelayanan yang cukup menarik dibandingkan dengan pesaingnya, yaitu klinik organik, rumah organik, wisata *tubing*, penginapan dan transportasi. Desa wisata ini selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengunjungnya. Salah satu upaya yang dilakukan Desa Wisata Organik Lombok Kulon untuk tetap menjaga kualitas pelayanan yaitu dengan membatasi jumlah pengunjung sebanyak seratus orang dalam sekali kunjungan. Jumlah pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang melebihi kapasitas seratus orang dalam sekali kunjungan maka akan masuk daftar tunggu.

Pengelola Desa Wisata Organik Lombok Kulon menginginkan untuk menambah kapasitas pengunjung. Penambahan kapasitas pengunjung perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Peningkatan kapasitas pengunjung saat ini masih tidak dapat dilakukan karena pengelola desa wisata masih merasa bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih kurang baik. Pelayanan yang kurang baik tersebut meliputi fasilitas yang masih belum tertata dengan baik serta karyawan atau *crew* Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang masih memiliki pengetahuan yang kurang mengenai Desa Wisata Organik sehingga penyampaian pelayanan dari karyawan atau *crew* kepada pengunjung kurang maksimal.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al. dalam Lupiyoadi (2001) yang terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Desa Wisata Organik Lombok Kulon sendiri telah menerapkan berbagai pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pengunjungnya. Namun, pengelola Desa Wisata Organik Lombok Kulon masih belum mengetahui apakah pelayanan yang selama ini diberikan sesuai dengan harapan pengunjung. Pengelola desa wisata juga masih belum mengetahui apakah

upaya peningkatan kualitas pelayanan yang telah diterapkan akan meningkatkan kepuasan pengunjung apabila dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan, yakni bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung desa wisata. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh bukti fisik (*tangible*) dan kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon?
2. Bagaimana pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon?

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Organik Lombok Kulon.
2. Responden penelitian ini adalah pengunjung yang sedang dan pernah menikmati pelayanan dari Desa Wisata Organik Lombok Kulon.
3. Penelitian ini memfokuskan kepada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

1.4. Tujuan Penelitian

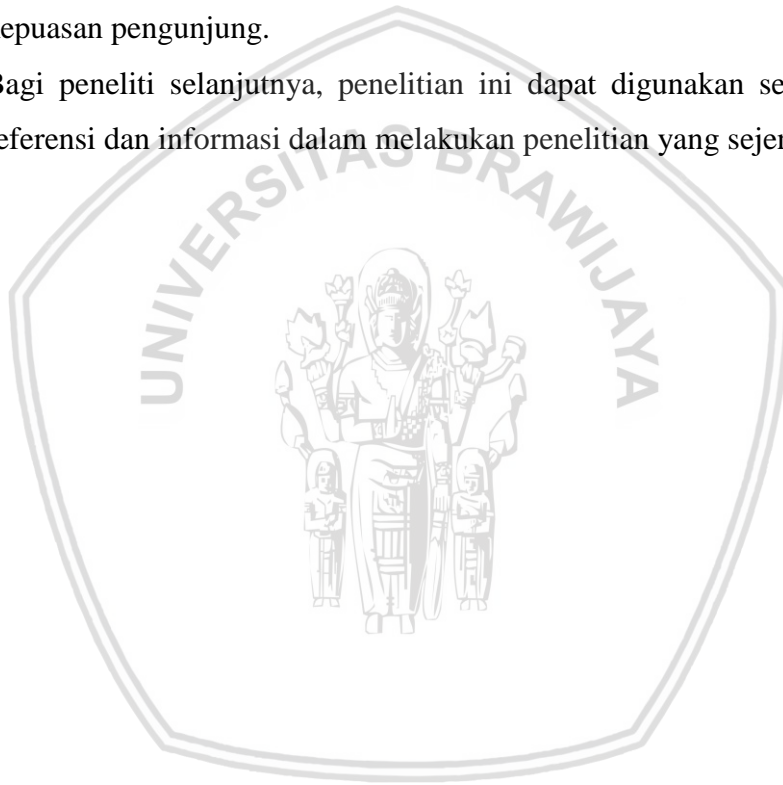
Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan pada sub bab 1.2, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*) dan kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.
2. Menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

1.5. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan bagian dari proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan sehingga dapat menambah wawasan tentang masalah yang diteliti.
2. Bagi pengelola desa wisata, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna untuk pengelola desa wisata dalam melakukan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan informasi dalam melakukan penelitian yang sejenis.



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung desa wisata organik adalah penelitian Andara (2017) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini dilakukan di The Sila's Agrotourism Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pengunjung The Sila's Agrotourism secara parsial maupun simultan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan fasilitas secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pengunjung The Sila's Agrotourism.

Penelitian yang dilakukan oleh Hardiyati (2010) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di penginapan Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen di penginapan Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pengunjung penginapan Agrowisata Kebun Teh.

Penelitian yang dilakukan Angraeni (2015) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian dilakukan di Agrowisata PT. Godongijo. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata PT. Godongijo. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah SEM. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel *tangible*, *reliability*, dan *empathy* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap

kepuasan pengunjung Agrowisata PT. Godongijo. Variabel *responsiveness assurance* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Agrowisata PT. Godongijo.

Prawiranata et.al. (2016) melakukan penelitian tentang pengaruh keramahatan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan di Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh keramahatan dan kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian tersebut adalah keramahatan dan kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang.

Penelitian Mustikowati dan Sarwoko (2011) meneliti tentang kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan pada obyek wisata di Kabupaten Malang. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan konsekuensinya pada loyalitas pengunjung obyek wisata di Kabupaten Malang. Metode analisis data yang digunakan yaitu SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil dari penelitian tersebut yaitu variabel kualitas pelayanan seperti *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada obyek wisata di Kabupaten Malang serta terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas konsumen pada obyek wisata di Kabupaten Malang.

Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini. Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang saat ini dilakukan adalah terletak pada metode analisis datanya. Penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas menggunakan analisis regresi linier berganda dan SEM, sedangkan penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS. Hasil penelitian terdahulu dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian mengenai pengaruh

kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

2.2. Tinjauan Teori

2.2.1. Jasa

2.2.1.1. Pengertian Jasa

Menurut Lupiyoadi (2001), jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan masalah atas masalah yang dihadapi konsumen. Kotler *dalam* Tjiptono (2014) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Zeithaml dan Bitner (2003) menyatakan bahwa jasa adalah perbuatan, proses, dan kinerja yang mencakup semua kegiatan ekonomi saat output bukan produk yang berwujud diproduksi dan dikonsumsi saat itu juga oleh konsumen. Sunyoto (2012) berpendapat bahwa dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa. Berdasarkan definisi menurut para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa jasa adalah kegiatan ekonomi yang produknya tidak dalam bentuk fisik serta diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama karena jasa tidak dapat disimpan.

2.2.1.2. Karakteristik Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang atau produk fisik. Tjiptono (2014) menyatakan bahwa secara garis besar, karakteristik jasa terdiri dari:

1. *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang. Apabila barang merupakan suatu obyek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja, atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli atau dikonsumsi. Seorang konsumen tidak dapat

menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami atau mengkonsumsi sendiri.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen adalah sebuah ciri khusus dalam pemasaran jasa atau layanan.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat bervariasi karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal ini terjadi karena jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya. Berbeda dengan mesin, manusia biasanya tidak bisa diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal dan perilaku.

4. *Perishability*

Perishability berarti bahwa jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali atau dikembalikan. Apabila suatu jasa tidak dimanfaatkan, maka akan berlalu atau hilang begitu saja.

5. *Lack of ownership*

Lack of ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Namun, pada pembelian jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personal atas suatu jasa untuk jangka waktu yang terbatas.

2.2.2. Kualitas Pelayanan

2.2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan

tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka pelayanan disebut memuaskan. Sehingga kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi, 2001).

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa 3 macam tipe. Pertama, *will expectation* yaitu tingkat kinerja yang diprediksi konsumen akan diterimanya berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Kedua, *should expectation* yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Ketiga, *ideal expectation* yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen (Tjiptono, 2014).

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2014), kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukan berdasarkan persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Sebagai pihak yang mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas pelayanan dari sebuah perusahaan. Menurut Tasunar (2006), kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu penyedia jasa itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampilkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan. Oleh sebab itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, penyedia jasa harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004).

Berdasarkan pengertian menurut para ahli seperti yang dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya yang diberikan oleh penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga dapat menimbulkan persepsi yang baik dari pelanggan.

2.2.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan dapat dipergunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Mengukur kualitas pelayanan

berarti membandingkan atau mengevaluasi suatu jasa dengan standar yang ditetapkan terlebih dahulu. Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al. Menurut Parasuraman et.al. dalam Lupiyoadi (2001) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti fisik atau *tangible*, yaitu kemampuan sebuah perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. Keandalan atau *reliability*, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap atau *responsiveness*, yaitu suatu kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan atau *assurance*, yaitu pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati atau *empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

2.2.2.3. Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2001), terdapat lima kesenjangan atau gap yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan, yaitu:

1. Gap persepsi manajemen

Gap persepsi manajemen adalah adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran,

pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

2. Gap spesifikasi kualitas

Gap spesifikasi kualitas adalah kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi akibat tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

3. Gap penyampaian pelayanan

Gap penyampaian adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: (1) ambiguitas peran, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer tetapi memuaskan pelanggan, (2) konflik peran, yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak, (3) kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya, (4) kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai, (5) sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan, (6) *perceived control*, yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan, (7) *teamwork*, yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.

4. Gap komunikasi pemasaran

Gap komunikasi pemasaran adalah kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran.

5. Gap dalam pelayanan yang dirasakan

Gap dalam pelayanan yang dirasakan adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun

apabila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

2.2.3. Kepuasan Konsumen

2.2.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Apabila kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2009). Menurut Wilkie *dalam* Tjiptono (2014), kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Solomon (2011), kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Menurut Lupiyoadi (2001), terdapat lima faktor yang harus diperhatikan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen:

- a. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan.
- c. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia jika menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi.
- d. Harga, yaitu produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.
- e. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan pemaparan tentang pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen yang timbul setelah konsumen membandingkan produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.

2.2.3.2. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2014), kepuasan konsumen dapat diukur dengan cara sebagai berikut:

1. **Kepuasan Pelanggan Keseluruhan**

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa tertentu. Terdapat dua bagian dalam proses pengukurannya, yaitu mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan, serta menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

2. **Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Pelanggan mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan dan pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan pelayanan, fasilitas pelayanan, atau keramahan staf pelayanan. Pelanggan diminta untuk menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama serta menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. **Konfirmasi Harapan**

Kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. **Niat Beli Ulang**

Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan perilaku dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. **Kesediaan untuk Merekomendasikan**

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relative lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan

Ketidakpuasan pelanggan meliputi komplain, retur, biaya garansi, penarikan kembali produk, dan konsumen yang beralih ke pesaing.

2.2.3.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler *dalam* Tjiptono (2014), terdapat empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan.

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Namun metode ini bersifat pasif, sehingga sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan karena tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya.

2. *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan selayaknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan atau penyempurnaan selanjutnya. Kesulitan menerapkan

metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberi masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan *feedback* langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

2.2.4. Desa Wisata

Desa wisata merupakan suatu produk wisata yang melibatkan anggota masyarakat desa dengan segala perangkat yang dimilikinya. Desa wisata tidak hanya memiliki pengaruh terhadap ekonomi masyarakat desa, tetapi juga sekaligus dapat melestarikan lingkungan alam dan sosial budaya masyarakat terutama berkaitan dengan nilai-nilai kebersamaan, kekeluargaan, kegotongroyongan, dan lain-lain. Dengan demikian, kelestarian alam dan sosial budaya masyarakat akan menjadi daya tarik bagi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata (Muljadi, 2009). Fandeli (2002) berpendapat bahwa desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik wisata, misalnya atraksi, makanan dan minuman, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya.

Suatu desa wisata memiliki daya tarik yang khas dan dikemas secara alami dan menarik sehingga daya tarik pedesaan dapat menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa wisata tersebut. Desa wisata merupakan sebuah desa yang hidup mandiri dengan potensi yang dimilikinya dan dapat menjual berbagai atraksi-atraksinya sebagai daya tarik wisata. Pengembangan desa wisata diharapkan dapat mencerminkan suasana pedesaan yang sesungguhnya, sehingga konsep penggalan produk desa wisata diarahkan pada pengembangan interaksi budaya dari manusia ke manusia, dan dari manusia ke alam desa.

2.2.5. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (SEM-PLS)

Menurut Latan dan Ghazali (2014), *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (SEM-PLS) merupakan metode alternatif untuk model

persamaan struktural (*Structural Equation Modeling*) yaitu untuk menguji secara simultan hubungan antar konstruk laten dalam hubungan linear ataupun non-liiner dengan banyak indikator. Gaston dalam Yamin dan Kurniawan (2011) menyebutkan bahwa SEM-PLS dapat digunakan untuk tujuan konfirmasi (seperti pengujian hipotesis) dan tujuan eksplorasi. Meskipun SEM-PLS lebih diutamakan sebagai eksplorasi daripada konfirmasi, SEM-PLS juga dapat untuk menjelaskan hubungan antar konstruk dan menekankan pengertian tentang nilai hubungan tersebut.

Kepopuleran penggunaan SEM-PLS diantara para peneliti adalah karena empat alasan. Pertama, para peneliti pada bidang ilmu sosial maupun eksata seringkali membangun model penelitian mereka dengan menggunakan variabel laten (*unobserved variable*) dan dengan kompleksitas yang tinggi sehingga SEM-PLS jelas sekali sangat dibutuhkan karena dapat menguji hubungan yang kompleks dengan banyak konstruk dan banyak indikator. Kedua, pendekatan SEM-PLS tidak mensyaratkan data harus berdistribusi normal, dapat menangani semua jenis skala pengukuran dan dapat digunakan pada sampel yang kecil. Ketiga, pendekatan SEM-PLS sudah teruji, dengan desain dasar dan konsep yang jelas, yang telah diperkenalkan lebih dari 30 tahun. Keempat, saat ini telah tersedia berbagai macam *software* SEM-PLS yang sangat mudah digunakan dan *user friendly* dengan dukungan fitur yang lengkap (Latan dan Ghozali, 2014).

Menurut Sholihin dan Ratmono (2013), terdapat karakteristik model SEM-PLS. Karakteristik model SEM-PLS dapat dilihat pada Tabel 1.

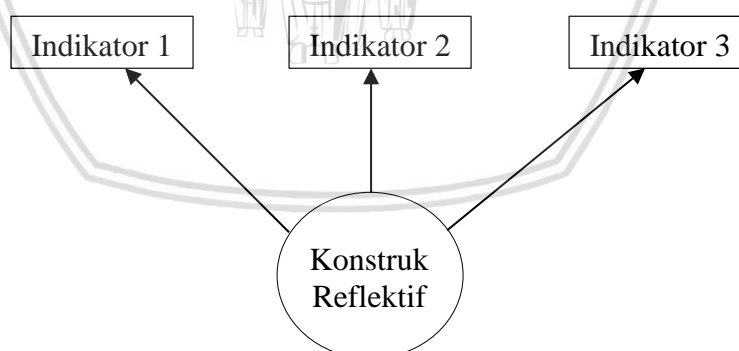
Tabel 1. Karakteristik Model SEM-PLS

Jumlah indikator dalam setiap variabel laten/konstruk	<ul style="list-style-type: none"> - Konstruk dapat diukur dengan satu atau banyak indikator. - Dapat menggunakan indikator lebih dari 50. - Indikator tunggal tidak menjadi masalah.
Hubungan antara variabel laten/konstruk dan indikatornya	<ul style="list-style-type: none"> - Model pengukuran reflektif dan formatif tidak menjadi masalah.
Kompleksitas model	<ul style="list-style-type: none"> - Dapat mengestimasi model yang kompleks dengan banyak jalur.

SEM-PLS dapat dikategorikan menjadi dua model yaitu model struktural (*inner model*) dan model pengukuran (*outer model*). Model struktural yaitu model

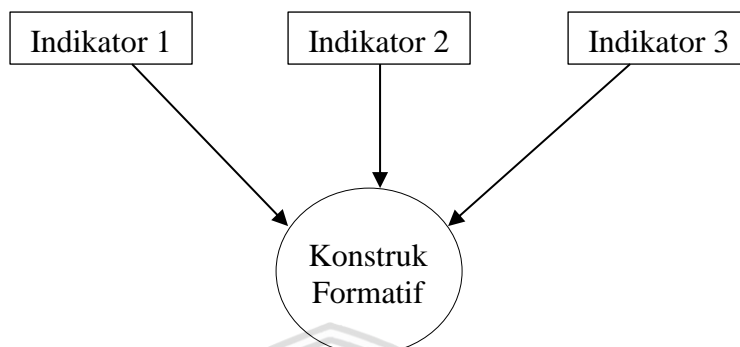
yang menggambarkan hubungan-hubungan yang ada diantara variabel-variabel laten. Sedangkan model pengukuran menggambarkan tentang hubungan antara indikator dengan variabel laten yang mendasarinya. Variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung tetapi dapat diukur oleh satu atau lebih indikator. Terdapat dua jenis variabel laten yaitu variabel laten eksogen dan variabel laten endogen, dan terdapat dua metode pengukuran konstruk yaitu konstruk reflektif dan konstruk formatif.

1. Variabel laten eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel laten lainnya. Dalam diagram jalur, variabel laten eksogen ditandai sebagai variabel variabel yang tidak ada kepala panah yang menuju kearahnya dari variabel laten lainnya (Sholihin dan Ratmono, 2013). Variabel laten eksogen dinotasikan dengan Ksi (ξ).
2. Variabel laten endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel laten lainnya. Dalam diagram jalur, variabel endogen ini ditandai oleh kepala panah yang menuju ke arahnya dari variabel laten eksogen (Sholihin dan Ratmono, 2013). Variabel laten eksogen dinotasikan dengan Eta (η).
3. Konstruk reflektif merupakan indikator yang merupakan perwujudan atau refleksi dari konstruknya. Perubahan dalam konstruk menyebabkan perubahan dalam indikator-indikatornya (Sholihin dan Ratmono, 2013).



Gambar 1. Konstruk Reflektif

4. Konstruk formatif merupakan indikator yang menjadi penyebab atau pembentuk konstruk. Perubahan dalam satu atau lebih indikator menyebabkan perubahan dalam konstruk (Sholihin dan Ratmono, 2013).



Gambar 2. Konstruk Formatif



III. KERANGKA TEORITIS

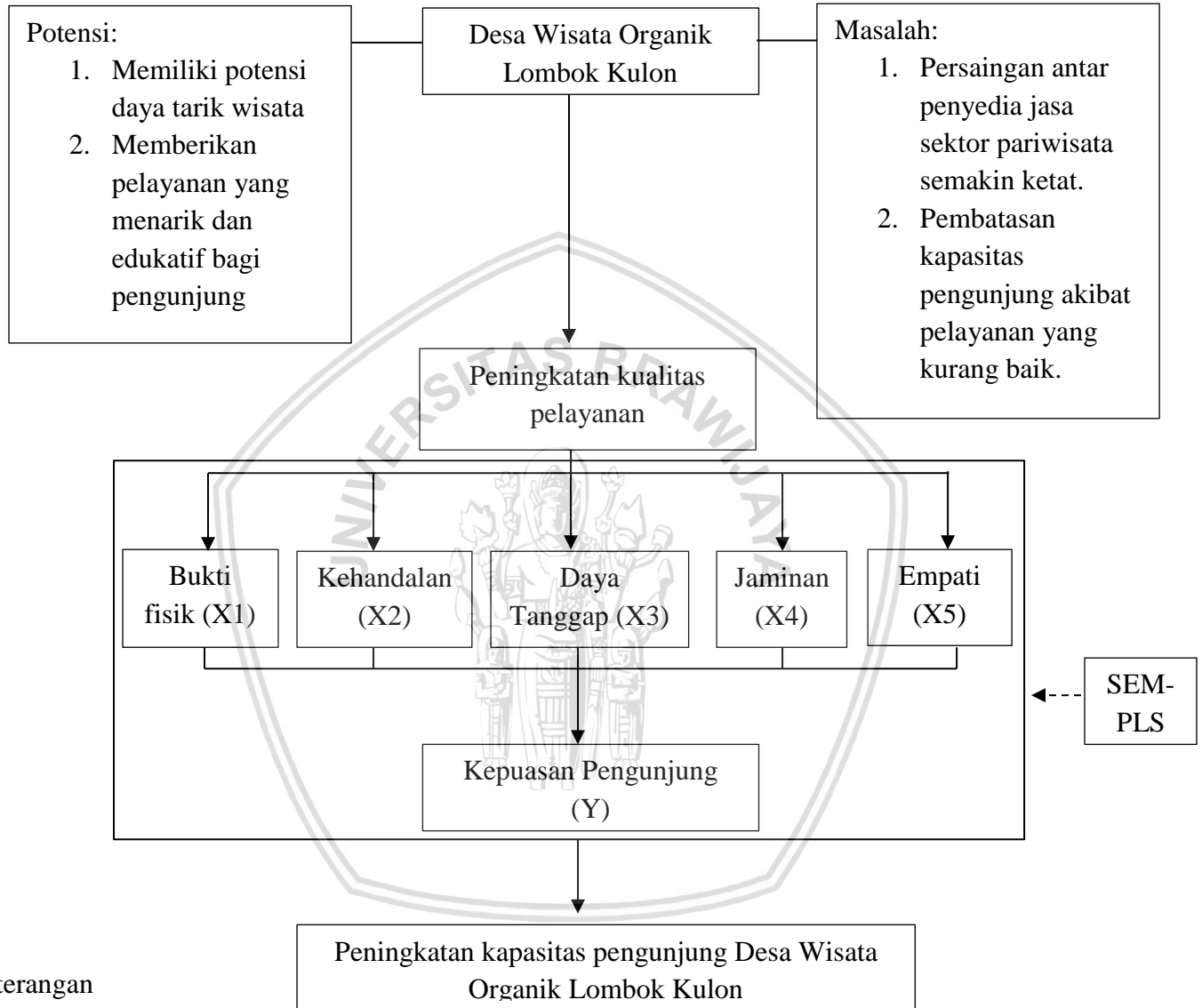
3.1. Kerangka Pemikiran

Desa Wisata Organik Lombok Kulon muncul karena desa ini memiliki potensi daya tarik wisata yang layak dijual kepada wisatawan nusantara maupun mancanegara. Desa wisata ini memberikan berbagai fasilitas dan pelayanan yang menarik dan edukatif untuk pengunjungnya. Pelayanan yang diberikan meliputi klinik organik, rumah organik, wisata *tubing*, penginapan, dan transportasi.

Seiring dengan perkembangan sektor pariwisata, maka semakin banyak pula penyedia jasa pada sektor pariwisata yang menawarkan pelayanan yang sejenis dengan Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Peningkatan penyedia jasa pada sektor pariwisata mendorong terjadinya persaingan antar penyedia jasa sektor pariwisata juga semakin ketat untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengunjung. Diantara ketatnya persaingan, Desa Wisata Organik Lombok Kulon melakukan pembatasan kapasitas pengunjung sebanyak seratus orang dalam sekali kunjungan. Pengelola Desa Wisata Organik Lombok Kulon menginginkan penambahan kapasitas pengunjung, tetapi hal tersebut tidak memungkinkan karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh desa wisata organik dirasa masih kurang baik. Pelayanan yang kurang baik tersebut meliputi fasilitas yang masih belum tertata dengan rapi serta karyawan atau *crew* Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang masih memiliki pengetahuan yang kurang mengenai desa wisata organik sehingga menyebabkan penyampaian pelayanan dari karyawan atau *crew* kepada pengunjung kurang maksimal.

Pemberian pelayanan yang tepat sesuai dengan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) akan memberikan kepuasan kepada pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Kepuasan pengunjung akan timbul setelah pengunjung telah mengalami pengalaman dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Pemberian kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi pengunjung dan apabila pengunjung merasa puas, pengunjung akan memiliki minat untuk berkunjung kembali serta akan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk mengunjungi tempat yang sama. Dengan adanya peningkatan kualitas

pelayanan yang diberikan, diharapkan akan terjadi pula peningkatan kapasitas pengunjung yang dapat menikmati pelayanan yang disediakan oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Berdasarkan uraian diatas, dapat dibuat kerangka pemikiran seperti pada skema berikut.



Keterangan

————> = Alur penelitian

-----> = Alat analisis

Skema 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

3.2. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran maka disusunlah hipotesis sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangible*) dan Keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.
2. Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*) dan Empati (*empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Bukti fisik atau *tangible* (X1) adalah aspek-aspek pelayanan yang dapat dengan mudah dilihat oleh pengunjung.
2. Keandalan atau *reliability* (X2) adalah kemampuan memberikan pelayanan sebagaimana yang dijanjikan dengan akurat.
3. Daya tanggap atau *responsiveness* (X3) adalah kemampuan karyawan atau *crew* dalam membantu pengunjung dan memberikan pelayanan dengan cepat.
4. Jaminan atau *assurance* (X4) adalah kemampuan pengetahuan dan sifat dipercaya yang dimiliki karyawan atau *crew* sehingga pengunjung bebas dari bahaya resiko dan keragu-raguan.
5. Empati atau *empathy* (X5) adalah kemampuan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pengunjung.
6. Kepuasan pengunjung (Y) adalah terpenuhinya harapan pengunjung setelah mendapatkan pelayanan dari Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Tabel 2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pengukuran Variabel
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas desa wisata organik yang memadai. - Kebersihan fasilitas desa wisata organik. - Penampilan karyawan atau <i>crew</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas yang diberikan desa wisata organik (<i>gazebo, homestay, tubing, dan lainnya</i>) dalam kondisi baik, tertata rapi, dan memadai. - Desa wisata organik menjaga kebersihan fasilitas dan lingkungannya. - Penampilan karyawan atau <i>crew</i> terlihat rapi dan menarik. 	Skala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Cukup Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Ketepatan pelayanan yang diberikan. - Ketepatan waktu pelayanan. - Kesungguhan dalam melayani pengunjung. 	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan atau <i>crew</i> tidak melakukan kesalahan dan akurat dalam memberikan pelayanan. - Karyawan atau <i>crew</i> tepat waktu dan tidak membuat pengunjung menunggu terlalu lama. - Karyawan atau <i>crew</i> bersungguh-sungguh dalam melayani pengunjung. 	Skala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Cukup Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Ketanggapan dalam menghadapi masalah. - Ketanggapan dalam menghadapi keluhan. - Kesiediaan dalam merespon pengunjung. 	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan atau <i>crew</i> cepat dan tanggap dalam menghadapi masalah yang dihadapi pengunjung. - Karyawan atau <i>crew</i> cepat dan tanggap dalam menghadapi keluhan yang diberikan pengunjung. - Karyawan atau <i>crew</i> selalu ada dan bersedia dalam merespon pengunjung. 	Skala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Cukup Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju
Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Kemampuan memberikan kepercayaan kepada pengunjung. - Kemampuan menjawab 	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan atau <i>crew</i> dapat memberikan kepercayaan dan rasa aman kepada pengunjung. - Pertanyaan pengunjung dapat dijawab dengan 	Skala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Cukup Setuju

	<p>pertanyaan pengunjung.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan karyawan atau <i>crew</i>. - Komunikasi yang baik dengan pengunjung. 	<p>baik oleh karyawan atau <i>crew</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Karyawan atau <i>crew</i> memiliki pengetahuan yang baik tentang desa wisata organik. - Karyawan atau <i>crew</i> dapat berkomunikasi dengan baik dan menyampaikan informasi tanpa ada kesalahan. 	<p>2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju</p>
Empati (<i>Empathy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Memahami kebutuhan pengunjung. - Memberikan perhatian secara individu. - Kemudahan menghubungi karyawan atau <i>crew</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desa wisata organik dapat memahami kebutuhan dan harapan pengunjung. - Karyawan atau <i>crew</i> memberikan perhatian secara individu terhadap pengunjung. - Pengunjung dapat dengan mudah menghubungi karyawan atau <i>crew</i>. 	<p>Skala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Cukup Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju</p>
Kepuasan Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> - Konfirmasi harapan. - Minat berkunjung kembali. - Ketersediaan merekomendasikan. - Ketidakpuasan 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang pengunjung harapkan. - Pengunjung berminat untuk melakukan kunjungan ulang ke desa wisata organik. - Pengunjung bersedia merekomendasikan desa wisata organik kepada orang-orang terdekatnya. - Pengunjung tidak memberikan keluhan terhadap pelayanan yang diberikan desa wisata organik. 	<p>Skala likert 5 = Sangat Setuju 4 = Setuju 3 = Cukup Setuju 2 = Tidak Setuju 1 = Sangat Tidak Setuju</p>

IV. METODE PENELITIAN

4.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori dapat menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Peneliti menggunakan penelitian eksplanatori agar dapat menjelaskan pengaruh variabel bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

4.2. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Organik Lombok Kulon, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso. Pemilihan lokasi ini dikarenakan Desa Wisata Organik Lombok Kulon memiliki permasalahan yaitu pembatasan pengunjung akibat dari kualitas pelayanan yang dirasa masih kurang baik oleh pengelola desa wisata. Pengelola desa wisata ini juga masih belum mengetahui apakah pelayanan yang diberikan telah dapat memuaskan pengunjung, sehingga hal ini menjadi pertimbangan dalam memilih lokasi tersebut. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja. Kegiatan penelitian dilakukan pada bulan Februari-Maret 2018.

4.3. Teknik Penentuan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang mendapatkan pelayanan dari Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015), cara menentukan sampel minimal penelitian adalah sepuluh kali dari jumlah variabel yang diteliti. Jumlah

variabel yang diteliti adalah sebanyak 6 variabel. Dengan demikian, maka sampel penelitian ini adalah 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti yaitu 60 responden. Alasan tersebut didukung oleh pernyataan Yamin dan Kurniawan (2011) bahwa sampel minimal SEM-PLS adalah 30 hingga 100.

4.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis pengumpulan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari lapangan. Berikut merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kuesioner

Kuesioner akan dibagikan kepada pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Kuesioner terbagi menjadi dua bagian yaitu bagian pertama berisi pertanyaan tentang data diri responden, dan bagian kedua berisi daftar pertanyaan responden terhadap item-item mengenai kualitas pelayanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* serta kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

2. Observasi

Metode ini merupakan kegiatan pengamatan langsung di Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Peneliti dapat mengamati kualitas pelayanan yang diberikan untuk pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

3. Dokumentasi

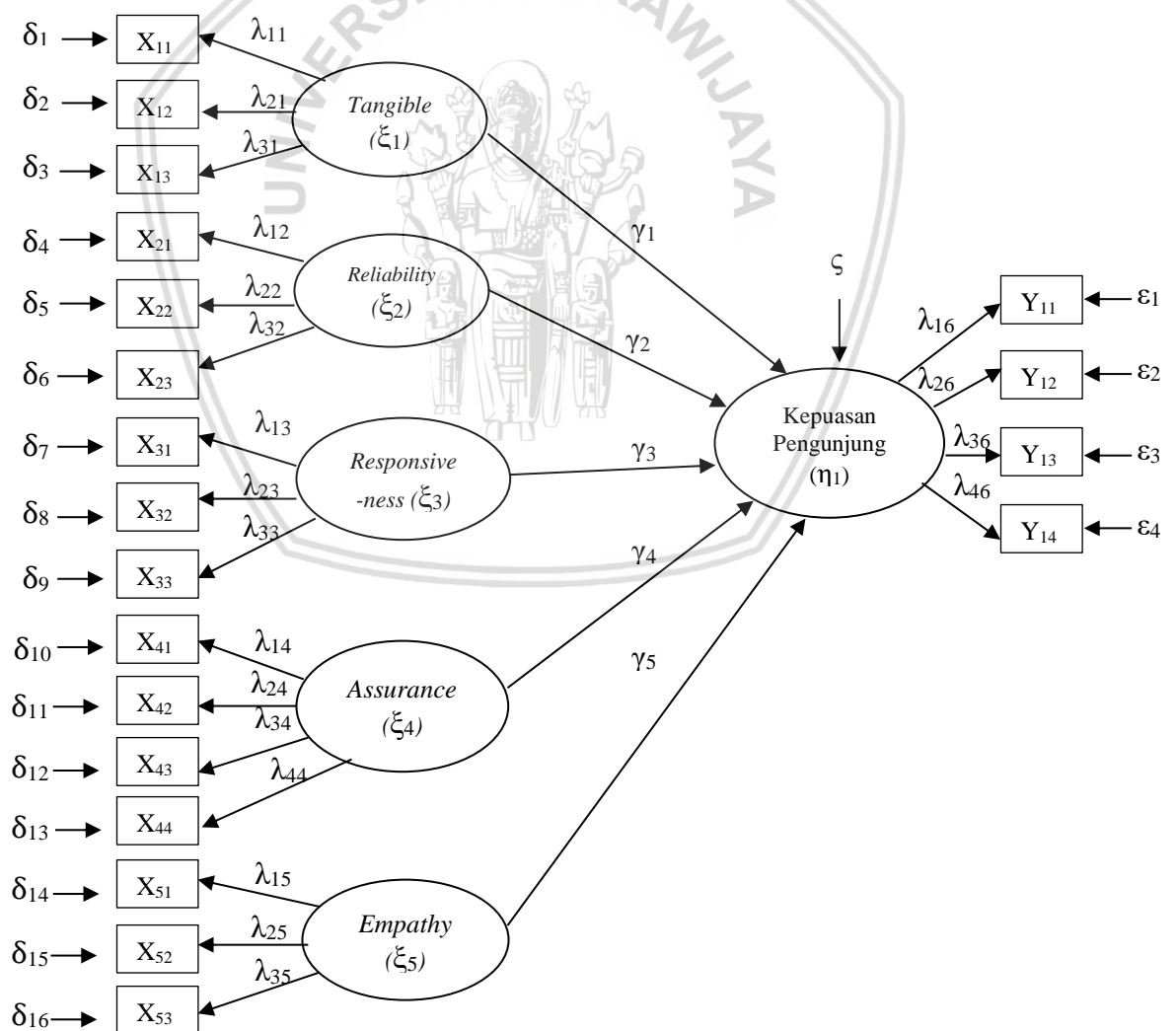
Dokumentasi adalah salah satu metode untuk melengkapi data informasi yang telah diperoleh. Dokumentasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan foto, video, dan lain sebagainya yang terkait dengan segala aktivitas yang dilakukan selama penelitian berlangsung.

4.5. Teknik Analisis Data

4.5.1. Teknik SEM-PLS

Metode analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). SEM-PLS merupakan metode alternatif untuk model persamaan struktural yaitu untuk menguji hubungan antar konstruk laten dengan banyak indikator (Latan dan Ghozali, 2014). Dalam melakukan analisis data SEM-PLS ini menggunakan aplikasi WarpPLS 5.0. Berikut merupakan tahapan analisis data yang dilakukan pada penelitian ini.

1. Membuat diagram jalur (*outer model* dan *inner model*)



Gambar 3. Diagram Jalur Penelitian

2. Konversi diagram jalur dalam sistem persamaan

a. Persamaan Model Pengukuran

Tabel 3. Persamaan Konstruk Eksogen dan Konstruk Endogen

Konstruk eksogen	Konstruk endogen
$X_{11} = \lambda_{11}\xi_1 + \delta_1$	$Y_{11} = \lambda_{16}\eta + \varepsilon_1$
$X_{12} = \lambda_{21}\xi_1 + \delta_2$	$Y_{12} = \lambda_{26}\eta + \varepsilon_2$
$X_{13} = \lambda_{31}\xi_1 + \delta_3$	$Y_{13} = \lambda_{36}\eta + \varepsilon_3$
$X_{21} = \lambda_{12}\xi_2 + \delta_4$	$Y_{14} = \lambda_{46}\eta + \varepsilon_4$
$X_{22} = \lambda_{22}\xi_2 + \delta_5$	
$X_{23} = \lambda_{32}\xi_2 + \delta_6$	
$X_{31} = \lambda_{13}\xi_3 + \delta_7$	
$X_{32} = \lambda_{23}\xi_3 + \delta_8$	
$X_{33} = \lambda_{33}\xi_3 + \delta_9$	
$X_{41} = \lambda_{14}\xi_4 + \delta_{10}$	
$X_{42} = \lambda_{24}\xi_4 + \delta_{11}$	
$X_{43} = \lambda_{34}\xi_4 + \delta_{12}$	
$X_{44} = \lambda_{44}\xi_4 + \delta_{13}$	
$X_{51} = \lambda_{15}\xi_5 + \delta_{14}$	
$X_{52} = \lambda_{25}\xi_5 + \delta_{15}$	
$X_{53} = \lambda_{35}\xi_5 + \delta_{16}$	

Keterangan:

X_{11}, X_{12}, X_{13}	= Indikator variabel bukti fisik (<i>tangible</i>)
X_{21}, X_{22}, X_{23}	= Indikator variabel (<i>reliability</i>)
X_{31}, X_{32}, X_{33}	= Indikator variabel daya tanggap (<i>responsiveness</i>)
$X_{41}, X_{42}, X_{43}, X_{44}$	= Indikator variabel jaminan (<i>assurance</i>)
X_{51}, X_{52}, X_{53}	= Indikator variabel empati (<i>empathy</i>)
Y_1, Y_2, Y_3, Y_4	= Indikator variabel kepuasan pengunjung
$\lambda_{11}, \lambda_{21}, \lambda_{31}$	= Koefisien indikator variabel <i>tangible</i>
$\lambda_{12}, \lambda_{22}, \lambda_{32}$	= Koefisien indikator variabel <i>reliability</i>
$\lambda_{13}, \lambda_{23}, \lambda_{33}$	= Koefisien indikator variabel <i>responsiveness</i>
$\lambda_{14}, \lambda_{24}, \lambda_{34}, \lambda_{44}$	= Koefisien indikator variabel <i>assurance</i>
$\lambda_{15}, \lambda_{25}, \lambda_{35}$	= Koefisien indikator variabel <i>empathy</i>
$\lambda_{16}, \lambda_{26}, \lambda_{36}, \lambda_{46}$	= Koefisien indikator variabel kepuasan pengunjung
δ	= Galat dalam model
ε	= Galat dalam model

b. Persamaan model struktural (*inner model*)

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1 + \gamma_2 \xi_2 + \gamma_3 \xi_3 + \gamma_4 \xi_4 + \gamma_5 \xi_5 + \zeta_1$$

Keterangan:

η_1 = Kepuasan pengunjung

$\gamma_1, \gamma_2, \gamma_3, \gamma_4, \gamma_5$ = Koefisien variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*

ζ = Galat dalam model

3. Evaluasi model pengukuran dan model struktural

a. Evaluasi model pengukuran (*outer model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk konstruk laten. Evaluasi model pengukuran dilakukan dengan beberapa pengujian, yaitu:

1) *Indicator reliability*

Indicator reliability yaitu besarnya *variance* dari indikator untuk menjelaskan konstruk laten. Ukuran yang digunakan untuk mengukur reliabilitas indikator adalah dengan melihat nilai *factor loading* tiap indikator konstruk harus lebih besar dari 0,70.

2) *Internal consistency reliability*

Internal consistency reliability digunakan untuk mengukur reliabilitas konstruk secara keseluruhan. *Internal consistency reliability* dapat dilihat dari nilai *composite reliability*. Kriteria yang dikatakan reliabel adalah nilai *composite reliability* harus lebih dari 0,70.

3) *Convergent validity*

Convergent validity bertujuan untuk menguji korelasi antar indikator antar konstruk. *Convergent validity* dapat dilihat dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Konstruk yang memiliki *convergent validity* yang baik adalah apabila nilai AVE lebih dari 0,50.

4) *Discriminant validity*

Evaluasi *discriminant validity* dilakukan dalam dua tahap, yaitu melihat nilai *cross loading* dan membandingkan antara nilai kuadrat

korelasi antara konstruk dengan nilai AVE atau korelasi antara konstruk dengan akar AVE. Kriteria dalam *cross loading* adalah bahwa setiap indikator yang mengukur konstraknya haruslah berkorelasi lebih tinggi dengan konstraknya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Pemeriksaan selanjutnya adalah membandingkan akar kuadrat dari AVE untuk model setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Nilai yang baik ditunjukkan dari akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model.

b. Evaluasi model struktural (*inner model*)

Evaluasi model struktural digunakan untuk menyatakan apakah ada (signifikan) atau tidaknya pengaruh antar konstruk yang telah dihipotesiskan. Evaluasi model struktural dapat dilihat dari nilai *R-square*, *goodness of fit*, *Q-square*, *effect size*, *Average Path Coefficient* (APC), *Average R-squared* (ARS), dan *Average Variance Inflation Factor* (AVIF). Evaluasi ini menggunakan *R-square* yaitu semakin besar nilai *R-square* maka semakin besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Evaluasi ini juga diuji dengan *goodness of fit*. Evaluasi ini juga menggunakan nilai GoF memiliki rentang $0 < Q^2 < 1$ dengan interpretasi nilai 0,1 (GoF kecil), 0,25 (GoF moderat), dan 0,36 (GoF besar). Pengujian lainnya adalah *Q² predictive relevance*. Nilai *Q² predictive relevance* lebih besar dari nol menunjukkan bahwa variabel laten eksogen sesuai sebagai variabel penjelas yang mampu memprediksi variabel endogennya. Dalam evaluasi model struktural juga melihat nilai *effect size* yang dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu lemah (0,02), medium (0,15), dan besar (0,35). Ketentuan untuk nilai APC dan ARS adalah *p-value* harus kurang dari 0,05, dan nilai AVIF bernilai $\leq 3,3$, namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima.

4.6. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik t atau uji t. Berikut merupakan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Hipotesis untuk model pengukuran adalah:

$$H_0 : \lambda_i = 0$$

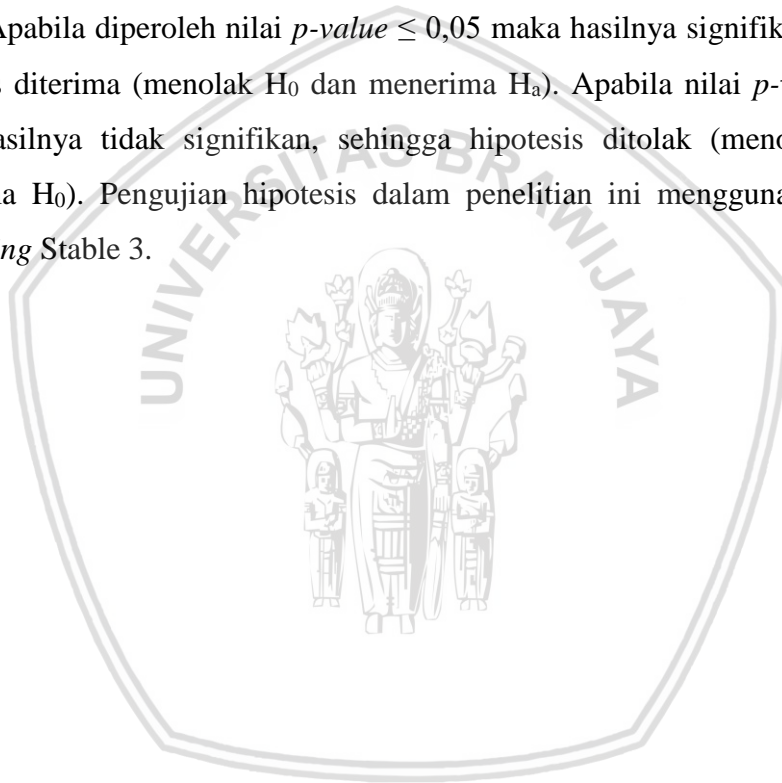
$$H_1 : \lambda_i \neq 0$$

- b. Hipotesis untuk model struktural adalah:

$$H_0 : \gamma_i = 0$$

$$H_1 : \gamma_i \neq 0$$

Apabila diperoleh nilai $p\text{-value} \leq 0,05$ maka hasilnya signifikan, sehingga hipotesis diterima (menolak H_0 dan menerima H_a). Apabila nilai $p\text{-value} \geq 0,05$ maka hasilnya tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak (menolak H_a dan menerima H_0). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode *resampling* Stable 3.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Desa Wisata Organik Lombok Kulon merupakan sebuah desa wisata yang terletak di Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Desa wisata ini pertama kali dirintis oleh Bapak Baidhowi sejak tahun 2010. Desa ini memiliki konsep organik dimana semua produk pertanian yang ditanam warga desa ini dibudidayakan secara organik tanpa adanya bahan kimia. Lahan pertanian organik yang ada di desa wisata ini adalah sebanyak 135 ha. Selain lahan pertanian organik, juga terdapat kolam peternakan ikan sebanyak 9 kolam. Desa wisata ini memfokuskan pada aspek lingkungan berkelanjutan yang diintegrasikan dengan atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung serta interaksi dengan masyarakat serta dapat menyatu dengan budaya dan tradisi yang berlaku pada masyarakat setempat.

Pengunjung yang berwisata di Desa Wisata Organik Lombok Kulon dapat memperoleh berbagai pelayanan yang edukatif serta menarik yang telah disediakan oleh masyarakat desa ini. Terdapat berbagai pelayanan yang ditawarkan oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Pelayanan yang ditawarkan antara lain adalah klinik organik, yaitu pemberian pelatihan dan pembinaan kepada para pengunjung tentang pertanian dan perikanan organik. Pelayanan klinik organik memusatkan pada *traditional planting* dan *traditional harvest* dimana pengunjung diajak untuk mempelajari untuk bercocok tanam serta melakukan kegiatan pemanenan bersama masyarakat sekitar. Pelayanan lainnya adalah rumah organik yang berisi tentang informasi mengenai berbagai hal tentang organik dalam bentuk dokumentasi, film, dan juga contoh nyata hasil pertanian dan perikanan organik seperti beras organik, sayur organik, ikan organik, souvenir daur ulang, dan lain sebagainya. Desa Wisata Organik Lombok Kulon juga menyediakan penginapan yang terdiri dari rumah warga desa Lombok Kulon yang siap dihuni oleh pengunjung. Pelayanan lain yang diberikan adalah *field and village tracking* yaitu pengunjung diajak untuk berkeliling desa menggunakan sepeda, dan *river tubing* yaitu kegiatan arung jeram menggunakan ban untuk menyusuri sungai.

Pelayanan yang diberikan oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon diberikan berdasarkan paket wisata yang telah disediakan. Berikut merupakan paket wisata yang ditawarkan oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon:

1. Paket Atraksi

Paket atraksi terdiri dari kegiatan *river tubing* dengan harga Rp35.000,- yang harus dilakukan berkelompok yaitu minimal lima orang. Paket atraksi juga menawarkan *homestay* yang merupakan rumah-rumah masyarakat Desa Lombok Kulon yang siap dihuni oleh pengunjung dengan harga Rp100.000,- per malam.

2. Paket Pertanian

Pelayanan yang ditawarkan pada paket pertanian antara lain adalah pembuatan pupuk organik seharga Rp10.000,- per orang, penanaman padi seharga Rp10.000,- per orang, dan pengolahan beras organik seharga Rp5.000,- per orang.

3. Paket Kerajinan

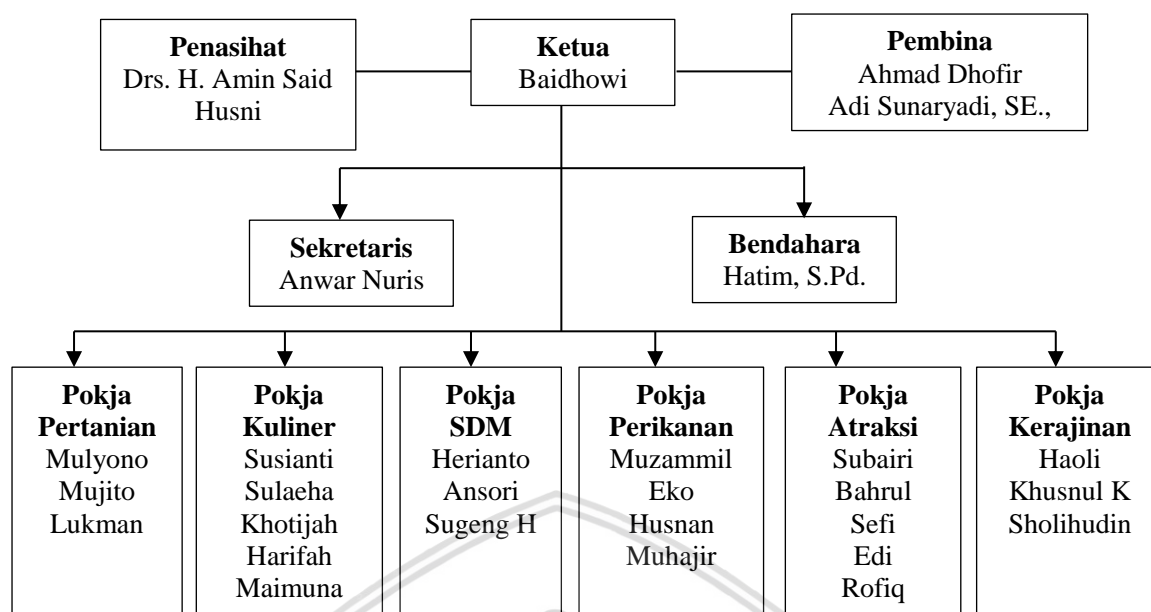
Paket kerajinan terdiri dari kegiatan pembuatan boneka dari pelepah pisang seharga Rp10.000,- per orang.

4. Paket Kuliner

Paket kuliner menawarkan berbagai macam produk pertanian organik yang dapat dinikmati oleh pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Desa Wisata Organik Lombok Kulon juga menyediakan berbagai fasilitas yang digunakan untuk mendukung pelayanan yang diberikan kepada pengunjung. Fasilitas yang disediakan oleh desa wisata antara lain adalah 7 gazebo, 2 penginapan, 2 toilet, 1 mobil *pickup* untuk transportasi pengunjung dan beberapa sepeda gunung. Masyarakat sekitar desa wisata mengelola fasilitas-fasilitas yang telah disediakan untuk pengunjung.

Semua pelayanan dikelola dan dikembangkan langsung oleh masyarakat Desa Lombok Kulon. Agar fasilitas dan pelayanan Desa Wisata Lombok Kulon dapat dikelola dengan baik, maka dibentuklah struktur organisasi seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Struktur Organisasi Desa Wisata Organik Lombok Kulon

Gambar 4. menunjukkan struktur organisasi Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang diketuai oleh Baidhowi. Terdapat beberapa pokja atau kelompok kerja yang lebih fokus menjalankan berbagai pekerjaan di Desa Wisata Organik Lombok Kulon, yaitu pokja pertanian, pokja kuliner, pokja SDM, pokja perikanan, pokja atraksi, dan pokja kerajinan.

5.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon sejumlah 60 orang. Karakteristik responden dikelompokkan menjadi beberapa kriteria, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Berikut merupakan penjelasan mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini.

5.2.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden pertama adalah jenis kelamin. Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pria	34	56,7
Wanita	26	43,3
Total	60	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin pria adalah sejumlah 34 orang dengan persentase sebesar 56,7%. Responden yang memiliki jenis kelamin wanita adalah sejumlah 26 orang dengan persentase sebesar 43,3%. Data tersebut menunjukkan bahwa responden pria lebih banyak berkunjung ke Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

5.2.2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Karakteristik responden kedua adalah usia. Usia paling rendah responden adalah 17 tahun, dan usia paling tinggi responden adalah 58 tahun. Pengelompokan responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
16-22	11	18,3
23-29	10	16,7
30-36	6	10
37-42	10	16,7
43-49	15	25
50-56	6	10
>56	2	3,3
Total	60	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki rentang usia 16-22 tahun adalah sebanyak 11 orang dengan persentase 18,3%. Terdapat 10 orang responden yang berusia 23-29 tahun dengan persentase sebesar 16,7%. Responden yang memiliki usia 30-36 tahun adalah sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 10%. Responden yang berusia 37-42 tahun memiliki persentase sebanyak 16,7% dengan jumlah responden sebanyak 10 orang. Jumlah responden yang berusia 43-49 tahun adalah sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 25%. Responden yang berusia 50-56 tahun adalah sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 10%. Terdapat 2 orang responden yang berusia lebih dari 56 tahun dengan persentase sebesar 3,3%. Dapat disimpulkan bahwa pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon yang menjadi responden paling banyak berusia antara 43-49 tahun.

5.2.3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden ketiga adalah pekerjaan. Pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	13	21,7
Wiraswasta	24	40
PNS	14	23,3
Pegawai Swasta	6	10
Lain-lain	3	5
Total	60	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa adalah sebanyak 13 orang dengan persentase 21,7%. Pekerjaan wiraswasta dimiliki oleh 24 orang responden dari keseluruhan responden. Responden yang bekerja sebagai PNS adalah sejumlah 14 orang dengan persentase sebanyak 23,3%. Terdapat 6 orang responden yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan persentase 10%. Responden yang memiliki pekerjaan lain-lain adalah sebesar 3 orang dengan persentase 5%. Data tersebut menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian besar responden adalah wiraswasta sebanyak 24 orang dengan persentase sebesar 40% dan diikuti oleh responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar 23,3%.

5.2.4. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Karakteristik keempat adalah pendapatan. Pengelompokan responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase (%)
<500.000	14	23,3
500.001-1.000.000	1	1,6
1.000.001-1.500.000	7	11,7
1.500.001-2.000.000	4	6,7
2.000.001-2.500.000	16	26,7
>2.500.000	18	30
Total	60	100

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp500.000,- adalah sebanyak 14 orang, dan responden yang memiliki pendapatan antara Rp500.001 – Rp1.000.000,- hanya sebanyak 1 orang. Pendapatan antara Rp1.000.001 – Rp1.500.000,- dimiliki oleh 7 orang responden, dan pendapatan antara Rp1.500.001 – Rp2.000.000,- dimiliki oleh 4 orang responden. Responden yang mempunyai pendapatan antara Rp2.000.001 – Rp2.500.000,- adalah sebanyak 16 orang dari keseluruhan jumlah responden dan responden yang mempunyai pendapatan lebih dari Rp2.500.000,- adalah sebanyak 18 orang. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian yang memiliki pendapatan lebih dari Rp2.500.000 dengan persentase sebesar 30%.

5.3. Evaluasi Model SEM-PLS

Evaluasi model dalam SEM-PLS memiliki dua tahapan yaitu evaluasi *outer model* dan evaluasi *inner model*. Evaluasi model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas indikator-indikator pembentuk variabel laten, sedangkan evaluasi model struktural (*inner model*) bertujuan untuk memprediksi hubungan antara variabel laten dan untuk mengetahui signifikansi dari *p-value*.

5.3.1. Evaluasi Model Pengukuran

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* reflektif dapat dievaluasi menjadi 4 tahapan, yaitu *indicator reliability*, *internal consistency reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity*. Evaluasi *outer model* yang pertama adalah *indicator reliability* yang dilihat dari nilai *loading factor*. Syarat untuk *loading factor* adalah harus bernilai diatas 0,70 dan memiliki nilai p signifikan yaitu $<0,05$. Nilai *loading factor* ditunjukkan dengan oleh nilai yang diberi tanda kurung. Pada tabel 8 dapat dilihat bahwa terdapat variabel X1.3, X2.1, X4.1, X4.3, X5.1 dan Y1.4 yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,70.

Tabel 8. *Indicator Loading dan Cross Loading*

	X1	X2	X3	X4	X5	Y1	P value
X1.1	(0.897)	0.028	-0.099	-0.169	0.075	0.265	<0.001
X1.2	(0.706)	-0.061	-0.115	0.306	0.007	-0.430	<0.001
X1.3	(0.475)	0.004	0.387	0.045	-0.195	-0.130	<0.001
X2.1	0.227	(0.374)	-0.025	-0.330	0.429	-0.246	<0.001
X2.2	0.211	(0.849)	0.070	0.100	0.062	-0.196	<0.001
X2.3	-0.277	(0.776)	-0.079	-0.078	-0.125	0.261	<0.001
X3.1	-0.110	0.101	(0.827)	-0.299	0.276	0.097	<0.001
X3.2	-0.051	0.010	(0.804)	-0.118	-0.027	0.111	<0.001
X3.3	0.166	-0.113	(0.745)	0.430	-0.254	-0.216	<0.001
X4.1	-0.147	-0.436	0.241	(0.608)	-0.066	0.011	<0.001
X4.2	0.140	-0.181	0.047	(0.710)	-0.004	-0.356	<0.001
X4.3	0.153	0.253	0.157	(0.579)	-0.403	-0.203	<0.001
X4.4	-0.047	0.307	-0.265	(0.797)	0.220	0.293	<0.001
X5.1	0.055	0.489	-0.032	-0.190	(0.444)	-0.379	<0.001
X5.2	-0.151	0.171	0.077	-0.514	(0.706)	0.218	<0.001
X5.3	0.125	-0.138	-0.063	0.422	(0.813)	-0.182	<0.001
Y1.1	0.124	-0.152	0.337	-0.474	0.304	(0.713)	<0.001
Y1.2	0.155	0.085	-0.116	-0.050	-0.123	(0.823)	<0.001
Y1.3	-0.267	0.072	-0.235	0.471	-0.096	(0.765)	<0.001
Y1.4	0.003	-0.106	0.259	0.037	-0.303	(0.168)	0.087

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Menurut Hair et.al. dalam Sholihin dan Ratmono (2013), indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,40 harus dihapus dari model, namun untuk indikator dengan nilai *loading factor* antara 0,40-0,70 harus dipertimbangkan untuk dipertahankan atau dihapuskan. Indikator dapat dihapuskan jika dapat meningkatkan nilai AVE dan *composite reliability*. Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa indikator X2.1 dan Y1.4 dihapuskan karena nilai dari *loading factor* kedua indikator tersebut kurang dari 0,40. Sedangkan indikator X4.1, X4.3, dan X5.1 dihapus dari model karena dengan menghapus indikator tersebut dapat meningkatkan nilai AVE dan *composite reliability*. Nilai dari *loading factor* yang telah sesuai dengan persyaratan dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Perbaikan *Indicator Loading* dan *Cross Loading*

	X1	X2	X3	X4	X5	Y1	P value	Keterangan
X1.1	(0.939)	-0.011	0.002	-0.098	0.000	0.202	<0.001	Reliabel
X1.2	(0.722)	0.021	-0.003	0.197	0.000	-0.406	<0.001	Reliabel
X2.2	0.234	(0.877)	0.053	-0.097	0.083	-0.128	<0.001	Reliabel
X2.3	-0.327	(0.743)	-0.074	0.135	-0.115	0.178	<0.001	Reliabel
X3.1	-0.090	0.013	(0.838)	-0.211	0.235	0.082	<0.001	Reliabel
X3.2	-0.032	-0.052	(0.797)	0.023	-0.084	0.044	<0.001	Reliabel
X3.3	0.131	0.039	(0.742)	0.208	-0.171	-0.134	<0.001	Reliabel
X4.2	0.164	-0.207	0.238	(0.712)	-0.176	-0.322	<0.001	Reliabel
X4.4	-0.101	0.127	-0.147	(0.901)	0.109	0.199	<0.001	Reliabel
X5.2	-0.036	-0.077	0.142	-0.171	(0.727)	0.059	<0.001	Reliabel
X5.3	0.032	0.068	-0.126	0.152	(0.794)	-0.052	<0.001	Reliabel
Y1.1	0.105	-0.098	0.250	-0.543	0.425	(0.725)	<0.001	Reliabel
Y1.2	0.123	0.033	-0.079	0.024	-0.196	(0.825)	<0.001	Reliabel
Y1.3	-0.227	0.060	-0.157	0.496	-0.206	(0.760)	<0.001	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Evaluasi selanjutnya dari evaluasi *outer model* adalah mengukur reliabilitas konstruk yang dilihat dari nilai *composite reliability*. Nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70. Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa nilai *composite reliability* setiap konstruk lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk adalah reliabel.

Tahap ketiga dari evaluasi model pengukuran adalah mengevaluasi nilai AVE (*average variance extracted*). Nilai AVE harus lebih besar dari 0,50. Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai AVE yang dihasilkan oleh semua konstruk lebih besar dari 0,50. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai AVE telah memenuhi persyaratan *convergent validity*.

Tabel 10. Nilai *Composite Reliability* dan AVE

	X1	X2	X3	X4	X5	Y1
Composite reliab.	0.822	0.794	0.835	0.792	0.734	0.814
Avg. var. extrac.	0.701	0.660	0.629	0.659	0.580	0.594

Sumber: Data Primer diolah, 2018

Evaluasi terakhir dari evaluasi *outer model* adalah *discriminant validity*. *Discriminant validity* dapat diuji dengan melihat nilai *cross loading* dengan ketentuan korelasi antara indikator dengan konstraknya harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara indikator dengan konstruk lainnya. Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa nilai *indicator loading* yang diberi tanda

kurung lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loading* yang tidak diberi tanda kurung. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator dinyatakan valid karena korelasi indikator dengan konstraknya lebih besar dibandingkan dengan korelasi indikator dengan konstruk lainnya.

Kriteria kedua yang digunakan untuk menguji *discriminant validity* adalah membandingkan akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model. Nilai yang baik ditunjukkan dengan akar kuadrat AVE yaitu kolom diagonal dan diberi tanda kurung; harus lebih besar dari korelasi antar konstruk dalam model. Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat bahwa nilai akar kuadrat AVE pada masing-masing konstruk lebih besar dibanding korelasi antar konstraknya sehingga *discriminant validity* telah terpenuhi.

Tabel 11. Nilai *Correlation Among Latent Variable with Square Roots of AVEs*

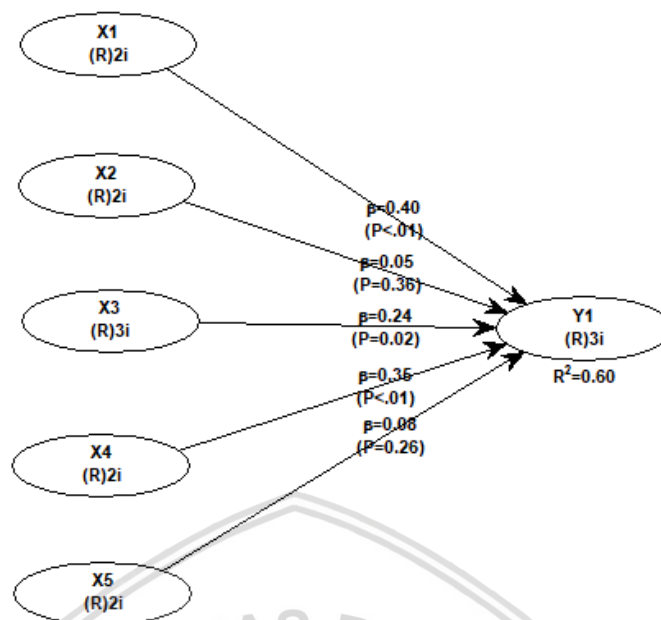
	X1	X2	X3	X4	X5	Y1
X1	(0.837)	0.144	0.102	0.359	0.318	0.536
X2	0.144	(0.813)	0.414	0.515	0.268	0.213
X3	0.102	0.414	(0.793)	0.244	0.313	0.284
X4	0.359	0.515	0.244	(0.812)	0.548	0.530
X5	0.318	0.268	0.313	0.548	(0.762)	0.430
Y	0.536	0.213	0.284	0.530	0.430	(0.771)

Sumber: Data Primer diolah, 2018

5.3.2. Evaluasi Model Struktural

a. Koefisien jalur dan signifikansi

Gambar 5 menunjukkan bahwa tidak semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Koefisien jalur X1 atau bukti fisik memiliki nilai 0,40 dan signifikan pada *p-value* <0,01. Nilai koefisien jalur X3 atau daya tanggap adalah 0,24 dan signifikan pada *p-value* 0,02. Koefisien jalur X4 atau jaminan bernilai 0,35 dan signifikan pada *p-value* <0,01. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X1, X3, dan X4 memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y1). Sementara nilai koefisien jalur X2 atau kehandalan adalah 0,05 dengan *p-value* sebesar 0,36 dan nilai koefisien jalur X5 atau empati adalah 0,08 dengan *p-value* sebesar 0,26. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel X2 dan X5 tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung (Y1).



Gambar 5. Diagram Koefisien Jalur dan *P-value*

b. *R-squared*

Evaluasi kedua pada evaluasi *inner model* adalah nilai *r-squared*. Menurut Latan dan Ghazali (2014), nilai *r-squared* 0,70, 0,45, dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate, dan lemah. Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa nilai *r-squared* adalah sebesar 0,602 yang termasuk dalam kategori kuat. Hal tersebut berarti kepuasan pengunjung dapat dijelaskan sebesar 60,2% oleh variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, sedangkan selebihnya sebesar 39,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Tabel 12. Nilai *R-square* dan *Q-square*

	X1	X2	X3	X4	X5	Y1
R-square						0.602
Q-square						0.599
Effect Size (f^2)	0.401	0.045	0.244	0.352	0.080	

Sumber: Data Primer diolah, 2018

c. *Q-squared*

Evaluasi ketiga untuk evaluasi *inner model* adalah nilai *Q-squared*. Model dengan validitas prediktif harus mempunyai nilai *Q-squared* lebih besar dari 0. Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat bahwa nilai *Q-squared* adalah 0,599. Hasil

tersebut menunjukkan bahwa model mempunyai validitas prediktif yang baik karena *Q-squared* bernilai diatas nol.

d. *Effect Size* (f^2)

Evaluasi *effect size* (f^2) merupakan evaluasi keempat untuk evaluasi *inner model*. Menurut Hair et.al. dalam Sholihin dan Ratmono (2013), *effect size* dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu lemah ($\geq 0,02$), menengah ($\geq 0,15$), dan besar ($\geq 0,35$). Pada tabel 12 dapat dilihat bahwa pengaruh variabel bukti fisik (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y1) adalah sebesar 0,401 dan pengaruh variabel jaminan (X4) terhadap kepuasan pengunjung (Y1) adalah sebesar 0,352. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (X1) dan variabel jaminan (X4) memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pengunjung (Y1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (X3) memiliki nilai *effect size* sebesar 0,244 sehingga memiliki pengaruh menengah terhadap variabel kepuasan pengunjung (Y1). Sementara pengaruh variabel kehandalan (X2) terhadap kepuasan pengunjung (Y1) adalah sebesar 0,045 dan pengaruh variabel empati (X5) terhadap kepuasan pengunjung (Y1) adalah sebesar 0,080. Nilai *effect size* pada kedua variabel tersebut termasuk dalam kategori yang memiliki pengaruh lemah terhadap kepuasan pengunjung.

e. *Goodness of Fit* (GoF)

Evaluasi terakhir dalam evaluasi *inner model* adalah evaluasi model *goodness of fit*. Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa nilai APC sebesar 0,224 dengan *p-value* 0,016, nilai ARS sebesar 0,602 dengan *p-value* $< 0,001$, dan nilai AVIF sebesar 1,662. Kriteria yang baik untuk APC dan ARS suatu model adalah *p-value* kurang dari 0,05. Nilai AVIF yang ideal adalah $\leq 3,3$, namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima. Nilai GoF pada tabel 13 adalah 0,620 yang menunjukkan bahwa kekuatan prediksi model besar karena lebih besar dari standar nilai 0,36. Hasil dari evaluasi model *goodness of fit* menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini dianggap layak.

Tabel 13. *Goodness of Fit*

Indeks	Hasil	Standar nilai	Keterangan
APC	0,224, P=0,016	P<0,05	Terpenuhi
ARS	0,602, P<0,001	P<0,05	Terpenuhi
AVIF	1,662	$\leq 3,3$, namun nilai ≤ 5 masih dapat diterima	Terpenuhi
GOF	0,620	$\geq 0,10$, $\geq 0,25$, $\geq 0,36$ (kecil, menengah, besar)	Besar

Sumber: Data Primer diolah, 2018

5.3.3. Evaluasi Persamaan Model

1. Persamaan Model Pengukuran

Persamaan model pengukuran digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel laten terhadap indikator-indikatornya. Berikut merupakan persamaan model pengukuran dalam penelitian ini:

- a. Fasilitas yang memadai = f(Bukti fisik, error) $\rightarrow X1.1=0,993 BF + \delta_1$
- b. Kebersihan fasilitas = f(Bukti fisik, error) $\rightarrow X1.2=0,722 BF + \delta_2$
- c. Ketepatan waktu pelayanan = f(Kehandalan, error) $\rightarrow X2.1=0,877 KH + \delta_3$
- d. Kesungguhan melayani = f(Kehandalan, error) $\rightarrow X2.2=0,743 KH + \delta_4$
- e. Tanggap dalam masalah = f(Daya tanggap, error) $\rightarrow X3.1=0,838 DT + \delta_5$
- f. Tanggap dalam keluhan = f(Daya tanggap, error) $\rightarrow X3.2=0,797 DT + \delta_6$
- g. Kecepatan merespon = f(Daya tanggap, error) $\rightarrow X3.3=0,742 DT + \delta_7$
- h. Kemampuan menjawab = f(Jaminan, error) $\rightarrow X4.1=0,712 JM + \delta_8$
- i. Komunikasi yang baik = f(Jaminan, error) $\rightarrow X4.2=0,901 JM + \delta_9$
- j. Memberi perhatian individu = f(Empati, error) $\rightarrow X5.1=0,727 EP + \delta_{10}$
- k. Kemudahan menghubungi *crew* = f(Empati, error) $\rightarrow X5.2=0,794 EP + \delta_{11}$
- l. Konfirmasi harapan = f(Kepuasan, error) $\rightarrow Y1.1=0,725 KP + \varepsilon_1$
- m. Minat berkunjung kembali = f(Kepuasan, error) $\rightarrow Y1.2=0,825 KP + \varepsilon_2$
- n. Ketersediaan merekomendasi = f(Kepuasan, error) $\rightarrow Y1.3=0,760 KP + \varepsilon_3$

Keterangan:

δ dan ε = Nilai error

2. Persamaan Model Struktural

Persamaan model struktural digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut merupakan persamaan model struktural:

$$KP = f(BF, KH, DT, JM, EP, \text{error})$$

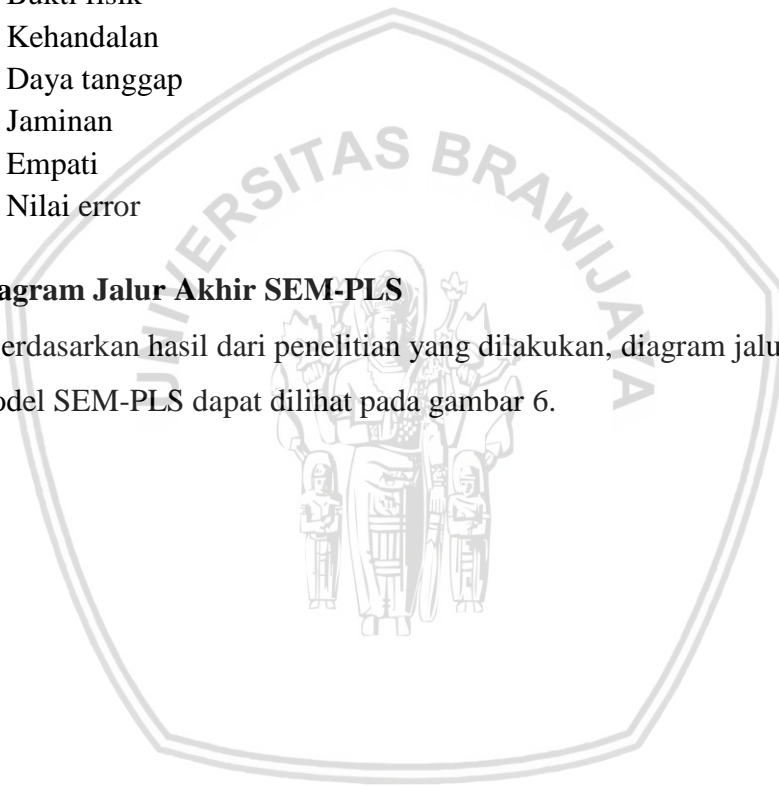
$$Y = 0,40 BF + 0,05 KH + 0,24 DT + 0,35 JM + 0,08 EP + \zeta, R^2 = 0,60$$

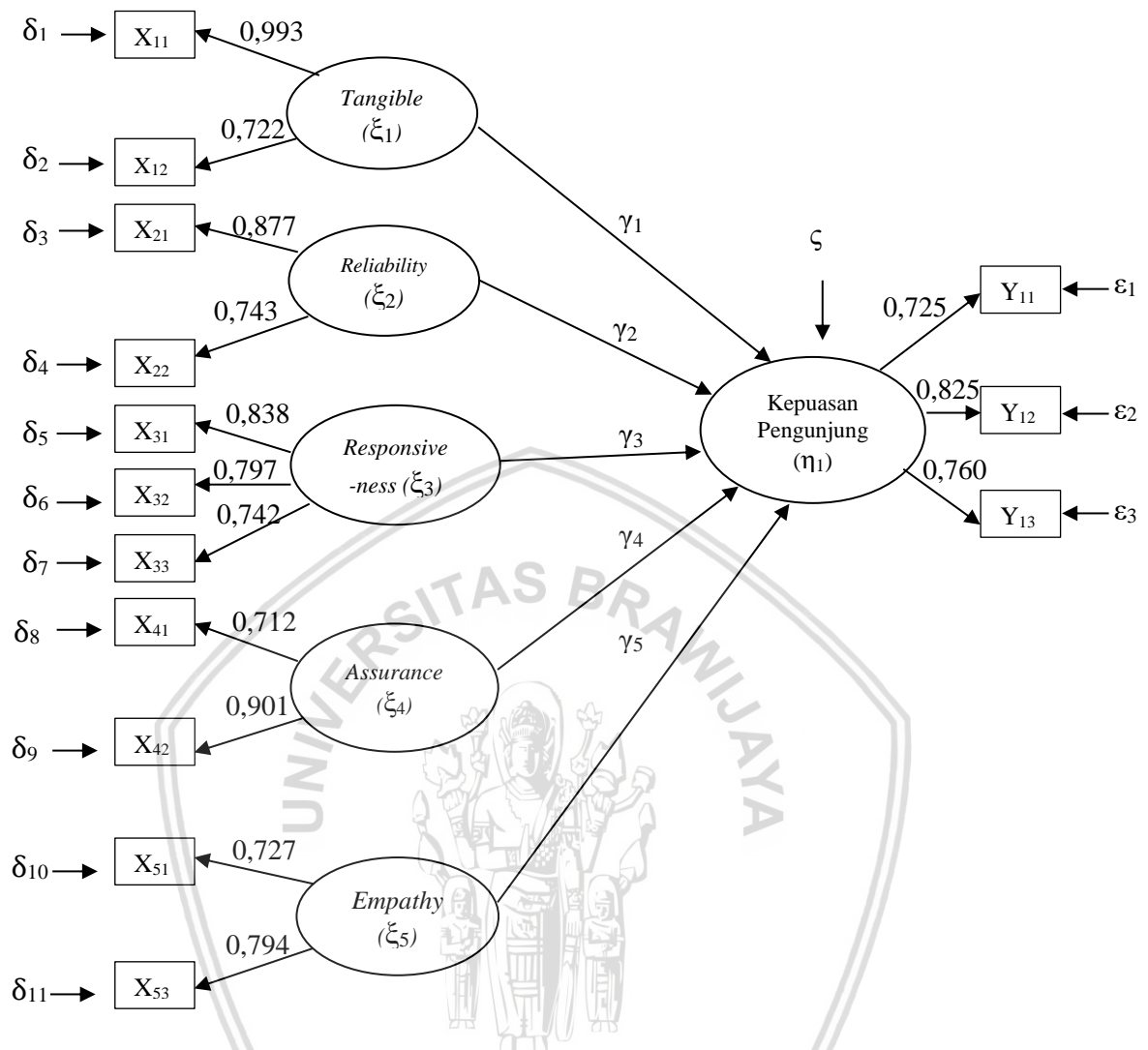
Keterangan:

KP	= Kepuasan pengunjung
BF	= Bukti fisik
KH	= Kehandalan
DT	= Daya tanggap
JM	= Jaminan
EP	= Empati
ζ	= Nilai error

5.3.4. Diagram Jalur Akhir SEM-PLS

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, diagram jalur akhir untuk model SEM-PLS dapat dilihat pada gambar 6.





Gambar 6. Diagram Akhir Model SEM-PLS

5.4. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Kualitas pelayanan terbagi menjadi lima variabel yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Berikut hasil uji hipotesis pengaruh variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 terhadap variabel Y_1 yang ditunjukkan pada tabel 14.

Tabel 14. Nilai Koefisiensi Jalur dan *P-value*

Hipotesis	Korelasi Jalur	Koefisiensi Jalur	P-value
H1	Bukti fisik → Kepuasan	0,40	<0,01
	Kehandalan → Kepuasan	0,05	0,36
H2	Daya tanggap → Kepuasan	0,24	0,02
	Jaminan → Kepuasan	0,35	<0,01
	Empati → Kepuasan	0,08	0,26

Sumber: Data Primer diolah, 2018

1. Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan tabel 14 dapat dilihat bahwa nilai koefisiensi jalur sebesar 0,40 dengan *p-value* sebesar kurang dari 0,01. Nilai koefisiensi jalur dan *p-value* menunjukkan bahwa dalam penelitian ini variabel bukti fisik (*tangible*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Semakin baik bukti fisik, maka semakin meningkat pula kepuasan pengunjung saat berwisata di Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Mustikowati dan Sarwoko (2011) serta Sirait (2016) yang menyatakan bahwa bukti fisik (*tangible*) dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung obyek wisata secara positif dan signifikan.

Menurut Rad et. al. (2010) bukti fisik adalah kemampuan pengelola obyek wisata dalam menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan. Berdasarkan temuan di lapang, Desa Wisata Organik Lombok Kulon dapat menunjukkan eksistensinya dengan baik kepada pengunjung. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan variabel bukti fisik dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pengunjung dibandingkan dengan variabel lainnya. Variabel bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang memadai. Pengunjung merasa bahwa fasilitas yang disediakan oleh Desa Wisata Organik Lombok Kulon sudah cukup memadai. Fasilitas yang tersedia seperti gazebo, toilet, penginapan, dan lainnya terlihat dalam kondisi yang baik dan layak. Pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon juga menyatakan bahwa fasilitas yang tersedia dapat mendukung penyampaian pelayanan yang diberikan sehingga pelayanan dapat disampaikan dengan baik.

Variabel bukti fisik juga dilihat dari kebersihan fasilitas yang ada di Desa Wisata Lombok Kulon. Menurut salah satu responden, pengelola Desa Wisata

Organik Lombok Kulon selalu menjaga kebersihan lingkungan dan fasilitas yang ada sehingga dapat menciptakan rasa nyaman bagi pengunjung. Pengelola desa wisata secara rutin membersihkan lingkungan dan fasilitas yang telah disediakan. Bukti fisik juga dapat dilihat dari penampilan karyawan atau *crew* yang melayani pengunjung. Berdasarkan salah satu pengunjung desa wisata, karyawan atau *crew* desa wisata masih memiliki penampilan yang kurang rapi. Keadaan bukti fisik yang baik seperti fasilitas yang memadai serta fasilitas dan lingkungan yang bersih sekaligus nyaman akan memberikan kepuasan pada pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

2. Pengaruh Keandalan (*Reliability*) terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh positif, namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung di Desa Wisata Organik Lombok Kulon dan hipotesis ditolak. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai koefisien jalur sebesar 0,05 dengan *p-value* sebesar 0,36 sedangkan ketentuan *p-value* yang ideal adalah harus kurang dari 0,05. Pengaruh positif dari variabel keandalan menunjukkan bahwa semakin baik keandalan maka semakin meningkatkan kepuasan pengunjung. Sedangkan pengaruh tidak signifikan ini menunjukkan bahwa variabel keandalan tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung di Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Batista et.al. (2014) menyatakan bahwa keandalan (*reliability*) adalah kemampuan karyawan di obyek wisata untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan kepada pengunjung secara akurat. Hal ini berarti bahwa untuk menjaga kepuasan pengunjung, pengelola obyek wisata harus memberikan pelayanan yang akurat. Hasil penelitian di lapang menunjukkan bahwa adanya ketidaksesuaian pelayanan dengan janji yang diberikan. Berdasarkan pernyataan salah satu pengunjung, pelayanan yang diberikan khususnya pada pelayanan paket kuliner memakan waktu yang cukup lama dan karyawan atau *crew* membuat pengunjung menunggu sangat lama untuk dapat menikmati pelayanan yang diberikan. Peneliti juga mendapati bahwa terkadang karyawan atau *crew* tidak tepat waktu, sehingga jika idealnya terdapat dua orang

karyawan atau *crew* yang melayani sepuluh orang pengunjung hanya menjadi satu orang karyawan atau *crew* yang melayani sepuluh orang pengunjung tersebut akibat ketidaktepatan waktu karyawan atau *crew*. Hal tersebut menjadi salah satu alasan bahwa pelayanan yang diberikan Desa Wisata Organik Lombok Kulon kurang handal.

Variabel kehandalan juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan pada penelitian Abror et.al. (2013). Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kehandalan tidak berpengaruh karena disebabkan oleh petugas yang sering diganti-ganti dan ditunjuk secara otodidak. Hal tersebut menyebabkan tidak adanya standar kinerja yang jelas dalam proses penyampaian pelayanan.

3. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) terhadap Kepuasan Pengunjung

Tabel 14 menunjukkan bahwa nilai koefisien jalur untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) adalah sebesar 0,24 dengan *p-value* sebesar 0,02. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok. Semakin cepat karyawan atau *crew* dalam membantu dan merespon pengunjung, maka semakin tinggi kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Daya tanggap merupakan kemampuan karyawan di obyek wisata untuk membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pengunjung. Hasil penelitian yang telah dilakukan di lapang ditemukan bahwa para karyawan atau *crew* Desa Wisata Organik Lombok Kulon selalu bersedia untuk merespon permintaan dan membantu pengunjung. Contoh yang diberikan oleh pengunjung adalah seperti disaat pengunjung kebingungan dalam mencari arah atau lokasi tertentu, karyawan atau *crew* langsung bersedia untuk membantu pengunjung untuk menemukan lokasi tersebut. Selain itu, hasil wawancara dengan salah satu pengunjung diketahui bahwa karyawan atau *crew* juga sangat tanggap dalam menghadapi keluhan dan menyelesaikan permasalahan pengunjung. Kesiediaan dan ketanggapan karyawan atau *crew* dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung akan sangat mempengaruhi

tingkat kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayunda (2016) yang menyatakan bahwa daya tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

4. Pengaruh Jaminan (*Assurance*) terhadap Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan tabel 14 dapat dilihat bahwa nilai koefisiensi jalur untuk variabel jaminan (*assurance*) adalah sebesar 0,35 dan *p-value* sebesar kurang dari 0,01. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel jaminan (*assurance*) mempengaruhi kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon secara positif dan signifikan. Hal ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sirait (2016) dan Wijayanti (2016) bahwa variabel jaminan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian di lapang menunjukkan bahwa Desa Wisata Organik Lombok Kulon telah melakukan berbagai pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan atau *crew* baik tentang budidaya organik maupun cara memandu pengunjung dengan benar. Pelatihan tersebut juga dilakukan agar karyawan atau *crew* dapat berkomunikasi dengan baik agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada pengunjung yang berwisata. Saat ini hanya terdapat 2 orang karyawan atau *crew* yang mendapatkan sertifikasi pemandu ekowisata yang diberikan oleh Lembaga *East Java Ecotourism Forum*, sedangkan karyawan atau *crew* lainnya terus dilatih untuk nantinya dapat memperoleh sertifikasi pemandu ekowisata juga. Adanya pelatihan dan sertifikasi pemandu ekowisata tersebut diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas dan kompetensi karyawan atau *crew* yang memberikan pelayanan kepada pengunjung desa wisata. Selain itu, produk organik di desa wisata ini juga memiliki sertifikasi organik yang didapatkan dari Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman (LeSOS). Sertifikasi produk tersebut juga diharapkan dapat membuat pengunjung dari desa wisata merasa lebih percaya akan pembelian produk organik tersebut.

Variabel jaminan juga dapat dilihat dari rasa percaya yang diberikan karyawan atau *crew* desa wisata kepada pengunjung agar pengunjung bebas dari bahaya resiko dan keragu-raguan. Salah satu contoh yang diberikan pengunjung adalah pengunjung merasa percaya bahwa barang-barang yang dibawanya

dipastikan aman ketika mereka sedang berwisata di Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Hal tersebut dikarenakan karyawan atau *crew* desa wisata selalu menjaga barang-barang milik pengunjung dengan baik, sehingga pengunjung dapat selalu merasa percaya kepada Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Pernyataan-pernyataan diatas sudah sesuai dengan teori Lupiyoadi (2001) bahwa jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan dan kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap penyedia jasa. Lupiyoadi (2001) juga menambahkan bahwa hal yang perlu diperhatikan dalam menumbuhkan kepercayaan pengunjung adalah komunikasi karyawan kepada pengunjung, kredibilitas dan kompetensi karyawan. Karyawan atau *crew* yang dapat menumbuhkan rasa percaya akan dapat membantu untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

5. Pengaruh Empati (*Empathy*) terhadap Kepuasan Pengunjung

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel empati (*empathy*) memiliki pengaruh positif, namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik dan menolak hipotesis. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai koefisiensi jalur sebesar 0,08 dan *p-value* sebesar 0,26, sedangkan ketentuan *p-value* yang ideal adalah kurang dari 0,05. Nilai positif dari variabel empati menunjukkan bahwa semakin tinggi empati yang diberikan maka semakin meningkatkan kepuasan pengunjung. Sedangkan nilai yang tidak signifikan dari variabel empati menunjukkan bahwa empati tidak mempengaruhi kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Menurut Lupiyoadi (2001), empati merupakan pemahaman akan kebutuhan konsumen dan perhatian yang diberikan oleh karyawan. Pemberian perhatian secara individu terhadap pengunjung akan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan penelitian di lapang, terdapat kurangnya empati yang diberikan karyawan atau *crew* terhadap pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Salah satu pengunjung berpendapat bahwa karyawan atau *crew* dalam melakukan pelayanan paket pertanian masih kurang memperhatikan pengunjung secara individu. Hal tersebut dikarenakan satu atau dua orang karyawan atau *crew* melayani sepuluh orang pengunjung dalam pemberian pelayanannya, seperti dalam melatih pengunjung menanam padi serta

membuat pupuk organik sehingga karyawan atau *crew* cenderung kurang memperhatikan pengunjung dalam memberikan pelayanan. Selain itu, pengunjung juga merasa bahwa karyawan atau *crew* kurang berinteraksi dengan pengunjung sehingga kebutuhan dan harapan pengunjung kurang tersampaikan dengan baik. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Abror et.al. (2013) yang menyatakan bahwa variabel empati tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Variabel bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Sedangkan variabel kehandalan (*reliability*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel daya tanggap (*responsiveness*) dan variabel jaminan (*assurance*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Sedangkan variabel empati (*empathy*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

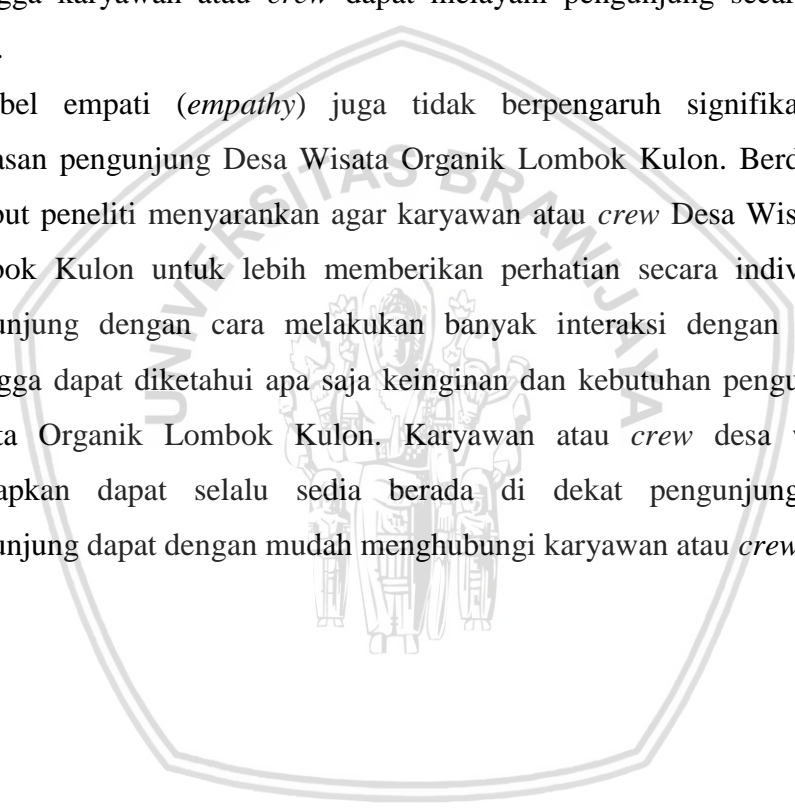
6.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, maka saran yang dapat diberikan untuk Desa Wisata Organik Lombok Kulon adalah sebagai berikut:

1. Variabel bukti fisik (*tangible*) merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon sehingga variabel ini perlu ditingkatkan misalnya dengan penambahan fasilitas-fasilitas seperti gazebo yang jumlahnya masih sedikit dan penambahan toilet yang jumlahnya masih kurang. Fasilitas yang disediakan juga perlu dilakukan penataan supaya terlihat lebih baik dan menarik. Peningkatan bukti fisik juga dapat dilakukan dengan selalu menjaga kebersihan lingkungan desa wisata dan mengelola dengan baik peralatan-peralatan yang digunakan untuk melakukan pelayanan, serta karyawan atau *crew* disarankan untuk berpenampilan rapi dan menarik dalam melayani pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Sedangkan, variabel kehandalan (*reliability*) tidak berpengaruh signifikan dalam kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon.

Berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan agar karyawan atau *crew* Desa Wisata Organik Lombok Kulon untuk lebih memperhatikan ketepatan pelayanan yang diberikan, yaitu dengan cara lebih tepat waktu dalam melayani pengunjung misalnya karyawan atau *crew* harus lebih sigap dan cepat dalam melayani pengunjung. Karyawan atau *crew* juga diharapkan dapat lebih memperhatikan standar operasional yang berlaku dalam memberikan pelayanan kepada pengunjung. Desa Wisata Organik Lombok Kulon juga perlu mengadakan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sehingga karyawan atau *crew* dapat melayani pengunjung secara tepat dan cepat.

2. Variabel empati (*empathy*) juga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Berdasarkan hal tersebut peneliti menyarankan agar karyawan atau *crew* Desa Wisata Organik Lombok Kulon untuk lebih memberikan perhatian secara individu kepada pengunjung dengan cara melakukan banyak interaksi dengan pengunjung sehingga dapat diketahui apa saja keinginan dan kebutuhan pengunjung Desa Wisata Organik Lombok Kulon. Karyawan atau *crew* desa wisata juga diharapkan dapat selalu sedia berada di dekat pengunjung, sehingga pengunjung dapat dengan mudah menghubungi karyawan atau *crew*.



DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Tabrani, G., dan Elfani, R. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Wisata Pantai Carocok Painan terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* , 2(2), 19-31
- Andari, Clara. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pengunjung The Sila's Agrotourism. Skripsi Universitas Sanata Dharma.
- Ayunda, Putih. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Pemandian Alam Banyubiru di Winongan Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 3(3), 1-9.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bondowoso. 2016. Statistik Daerah Kabupaten Bondowoso 2016. Bondowoso.
- Batista, M., Couto, J.P., Botelho, D., dan Faias, C. 2014. *Tourist Satisfaction and Loyalty in the Hotel Business: An Application to the Island of Sao Miguel Azores. Tourism & Management Studies*, 10(1), 16-23.
- Fandeli, Chafid. 2004. Perencanaan Kepariwisata Alam. Fakultas Kehutanan UGM. Yogyakarta.
- Hardiyati, Ratih. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Jajeli, R. 2017. Target Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Jatim 625 Ribu Orang. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3466063/2017-target-kunjungan-wisatawan-mancanegara-di-jatim-625-ribu-orang> diakses pada tanggal 7 Januari 2018.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia. 2011. Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pemasaran Pariwisata yang Bertanggungjawab. Jakarta
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. 2016. Statistik Profil Wisatawan Nusantara 2016. Jakarta.
- _____. 2014. Profil Wisatawan Mancanegara, 2009-2014. Jakarta.

_____. 2016. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Bulanan Tahun 2016. Jakarta.

Kotler, Phillip. 2009. Manajemen Pemasaran, edisi 13. Erlangga. Jakarta.

Latan, H., dan Ghozali, I. 2014. *Partial Least Squares* Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.

Lupiyoadi, R., dan Ikhsan, R. 2015. Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Muljadi, A. 2009. Kepariwisata dan Perjalanan. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Mustikowati, Rita dan Sarwoko, Endi. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Konsekuensinya pada Loyalitas (Studi pada Obyek Wisata di Kabupaten Malang). *Jurnal Modernisasi*, 7(2), 93-112.

Prawiranata, A., Yuliano, E., dan Andriani, K. 2016. Pengaruh Keramahmatan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Villa Agrowisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(1), 114-120.

Rad, N., Som, A., dan Zainuddin, Y. 2010. *Service Quality and Patient's Satisfaction in Medical Tourism*. *World Applied Sciences Journal*, 24(30), 24-30.

Sirait, Juni Novalina. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Waterpark Perum Bumi Sempaja di Kota Samarinda.. *eJournal Administrasi Bisnis*, 4(2), 342-355.

Solomon, Michael. 2011. *Consumer Behaviour: buying, having, and being* 9th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Sholihin, M., dan Ratmono, D. 2013. Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Sunyoto, D. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. CAPS. Yogyakarta.

Suratno, S., dan Purnama, B. 2004. Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua. *Jurnal Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 69-87.

- Tasunar, Nanang. 2006. Kualitas Pelayanan sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada Pangkalan Pendaratan Ikan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 5(1), 41-62.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wijayanti, Silla. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Ciputra World Sidoarjo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(11), 1-15.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H. 2011. *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modeling*. Salemba Infotek. Jakarta.
- Zeithaml, V., dan Bitner, M. 2003. *Service Marketing Third Edition*. Tata McGraw Hill. New Delhi.

